

Studie: Produktivität auf Reisen höher als im Büro

WLAN-Zugang im Flugzeug und Quick Check-in machen Fliegen effizienter

Berlin, 24. Mai 2018 – Eine Geschäftsreise ist verschwendete Arbeitszeit? Mitnichten. 35 Prozent der Mitarbeiter sind nach eigener Einschätzung unterwegs sogar produktiver als am Schreibtisch. Dazu tragen vor allem die Wahl des Verkehrsmittels und die Arbeitsbedingungen während der Reise bei. Auch die technische Ausstattung zum Beispiel mit Laptop oder Kopfhörern kann die Produktivität auf Geschäftsreisen erhöhen. Das sind die Ergebnisse der aktuellen Umfrage „Chefsache Business Travel 2018“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

Jüngere sind unterwegs besonders produktiv

Nach eigener Einschätzung sind Mitarbeiter auf Reisen durchschnittlich fünf Prozent produktiver als an einem normalen Arbeitstag im Betrieb. Knapp jeder fünfte Befragte gab sogar an, dass der Output unterwegs um mehr als 21 Prozent über dem läge, was im Büro geleistet worden wäre. Bei den 18- bis 34-Jährigen ist die Produktivität auf Geschäftsreisen nach eigener Einschätzung besonders hoch: Fast die Hälfte ist demnach in Hotel, Bahn und Flugzeug produktiver als am Arbeitsplatz. Auch 42 Prozent derjenigen, die mehr als drei Geschäftsreisen pro Monat tätigen, empfinden sich auf Reisen leistungsstärker als im Büro. Steffen Klotz, Head of Ancillary Portfolio Management bei der Lufthansa Gruppe, kann sich diesen Einschätzungen nur anschließen und ergänzt: „Für Geschäftsreisende ist Effizienz und Flexibilität das A und O – denn nur so kann ein hoher Grad an Produktivität sichergestellt werden. Die Lufthansa Gruppe stellt für diese Bedürfnisse immer mehr Service-Optionen, wie Mobilitätsangebote am Boden, geringere Wartezeiten an den Sicherheitskontrollen, Lounge-Zugänge, sowie Flexibilitätsoptionen für Rück- oder Weiterflüge bereit.

Medienkontakt:

Kerstin Heinen, Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherinnen
Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de
Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation

Zudem liefert der Zugriff auf digitale Portale jederzeit wertvolle Informationen und Angebote für die verschiedenen Punkte der Reisekette. Dadurch können sich gerade Geschäftsreisende ihre Reise so individualisieren, dass sie die Reisezeit möglichst produktiv nutzen können.“

WLAN macht Fliegen attraktiv

Für die Produktivität ist neben guten Arbeitsbedingungen wie beispielsweise einem stabilen Internetzugang während der Reise (89 Prozent) und der technischen Ausstattung (86 Prozent) vor allem die Wahl des Verkehrsmittels entscheidend. 90 Prozent der Befragten gaben an, dass das Fortbewegungsmittel starken oder eher starken Einfluss auf die Arbeitsleistung hätte und daher nicht nur unter Kostengesichtspunkten ausgewählt werden sollte. Bei der Buchung einer Geschäftsreise muss im Fokus stehen, dass die Reisezeit möglichst effizient genutzt werden kann. Für einen WLAN-Zugang im Flugzeug beispielsweise würden 41 Prozent der Befragten sogar extra zahlen. „Mit Lufthansa FlyNet ermöglichen wir auf immer mehr Flügen einen WLAN-Zugang. Informationen rund um den Flug stehen kostenlos zur Verfügung, für den vollumfänglichen Internetzugang gibt es gestaffelte Tarife ab drei Euro“, sagt Alexander Karst, Senior Director Sales Germany der Lufthansa Group Airlines einem Unternehmen der DRV-Initiative „Chefsache Business Travel“.

Wartezeiten verkürzen oder zum Arbeiten nutzen

Um das Fliegen noch effizienter zu machen, würden 38 Prozent der Geschäftsreisenden auch für einen Quick Check-in zahlen. Denn lange Wartezeiten zu vermeiden, erhöht für 42 Prozent der Befragten die Produktivität deutlich. Wenn das Warten, beispielsweise durch Umsteigen, unvermeidbar ist, wünschen sich 60 Prozent der Geschäftsreisenden einen standardmäßigen Lounge-Zugang, gegebenenfalls auch wenn sich dadurch der Gesamtpreis des Flugs erhöhen würde.

Vom kostenlosen Firmenkundenprogramm über das Reisekosten-Management bis hin zum PrivateJet: „Wir arbeiten kontinuierlich daran, den Service und Komfort für Geschäftsreisende zu verbessern. So wollen wir

Medienkontakt:

Kerstin Heinen, Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherinnen
Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de
Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation

Presseinformation

zukünftig noch mehr Kunden davon überzeugen, dass Fliegen nicht nur schnell, sondern auch produktiv ist“, sagt Karst.

Zur Studie „Chefsache Business Travel 2018“

Die Studie „Chefsache Business Travel 2018“ wurde im Auftrag des Deutschen Reiseverbandes (DRV) durchgeführt. 100 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 102 geschäftsreisende Führungs- und Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern wurden dafür über ein Online-Panel zum Thema Geschäftsreisen befragt. Die Daten wurden im Februar und März 2018 vom Marktforschungsinstitut mo'web erhoben.

Über die Kampagne „Chefsache Business Travel“

Auf Geschäftsreisen setzen Unternehmen ihre wichtigste Ressource ein: den hochqualifizierten Mitarbeiter. Knapp 90 Prozent schicken ihre Mitarbeiter mit dem Ziel auf Reisen, Geschäftsabschlüsse unter Dach und Fach zu bringen oder zumindest vorzubereiten. Der effizienten Gestaltung von Geschäftsreisen im Unternehmen misst die Chefetage jedoch trotzdem oft keine strategische Bedeutung zu. Dabei wird diese Aufgabe immer komplexer. Nicht nur Kosten, sondern auch andere Kriterien wie zum Beispiel Nachhaltigkeit oder Sicherheit gilt es zu beachten.

Ziel der Initiative von Travel Management Companies im DRV ist es, Geschäftsreisen als strategisches Managementthema zu verankern und den Nutzen eines professionellen Geschäftsreisemanagements in Zusammenarbeit mit den Geschäftsreisebüros auf Entscheidungsebene besser bekannt zu machen. Weitere Informationen hierzu erhalten Sie unter www.chefsache-businesstravel.de.

Die Kampagne Chefsache Business Travel wird von den Travel Management Companies BCD Travel, Carlson Wagonlit Travel, DERPART Travel Service, DER Business Travel, FIRST Business Travel, der Deutschen Lufthansa sowie dem DRV getragen.

Medienkontakt:

Kerstin Heinen, Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherinnen
Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de
Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation