

Schicklerstraße 5 – 7
10179 Berlin
Deutschland / Germany
Telefon +49 30 28406-15
Telefax +49 30 28406-32
E-Mail presse@drv.de
Internet www.drv.de
www.facebook.com/DRVde

Geschäftsreise-Trends: Anforderungen an Business-Hotels steigen

90 Prozent der Führungskräfte wünschen sich Zimmer mit Büroausstattung, Ansprüche werden individueller



CHEFSACHE
BUSINESS TRAVEL

Berlin, 04. Oktober 2017 – Schnelles WLAN, ein Schreibtisch und wenn möglich auch ein Drucker: So stellen sich neun von zehn Geschäftsreisenden ein gut ausgestattetes Hotelzimmer vor. Fast genauso wichtig ist ihnen die Möglichkeit, jederzeit mit ihrer Familie Kontakt aufnehmen zu können, gefolgt von dem Wunsch nach Individualität. Das sind Ergebnisse der Studie „Chefsache Business Travel“ von Travel Management Companies im Deutschen ReiseVerband (DRV).

Die große Mehrheit der Geschäftsreisenden ist sich einig: Ein Hotelzimmer, in dem sie genauso gut arbeiten können, wie im eigenen Büro, ist ihnen wichtig. Dementsprechend hoch sind die Ansprüche an die Ausstattung – Internetverbindung und Schreibtisch sollten Standard sein. Eine große Rolle spielt für die meisten Reisenden (88 Prozent) zudem der reibungslose Ablauf der Geschäftsreise mit guten Verbindungen und angenehmen Reisezeiten.

Insbesondere Vielreisende – also Führungskräfte, die drei Mal oder öfter pro Monat auf Geschäftsreise sind – wünschen sich überdurchschnittlich häufig flexible An- und Abreisezeiten in Hotels (60 Prozent). Sie legen ebenfalls überdurchschnittlich häufig Wert auf eine ausgewogene Ernährung (55 Prozent). Zum Vergleich: Für Führungskräfte, die nur fünf bis sechs Mal im

Medienkontakt:

Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherin,
Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de

Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation

Jahr auf Geschäftsreise sind, ist das weit weniger wichtig – nur 25 Prozent wünschen sich explizit gesundes Essen in den jeweiligen Unterkünften.

Nachhaltigkeit und Individualität sind wichtig bei der Hotel-Auswahl

Eine entspannte Atmosphäre in eher kleinen, individuellen Hotels ist den Geschäftsreisenden dabei wichtiger (79 Prozent) als die Buchung ihrer Unterkunft in einem großen Hotel einer Kette, die sie bereits kennen (71 Prozent). Dabei legen 80 Prozent der Führungskräfte Wert auf eine bestimmte Lage ihres Zimmers, zum Beispiel sollte es sich nicht neben einem Fahrstuhl befinden.

Die Berücksichtigung von Umwelt- und Klimaschutzaspekten bei der Wahl des Hotels und der Verkehrsmittel vor Ort spielt für die meisten Befragten ebenfalls eine große Rolle (76 Prozent). Allerdings war im vergangenen Jahr eine entsprechende Auswahl für einen höheren Anteil der Geschäftsreisenden wichtig (84 Prozent).

Unter 40-Jährige legen zusätzlich Wert auf Entspannungsangebote

Sportliche Betätigungsmöglichkeiten oder Wellness-Angebote in Business-Hotels sind insbesondere bei jüngeren Geschäftsreisenden gefragt. 35 Prozent der unter 40-Jährigen würden diese Optionen gerne wahrnehmen. Bei den über 40-Jährigen sind es nur 19 Prozent.

„Damit setzen sich viele Trends der vergangenen Jahre fort“, sagt Peter Ashworth, Senior Vice President Central & Eastern Europe von Carlson Wagonlit Travel. „Nicht nur der Wunsch nach einer Arbeitsumgebung im Hotelzimmer steigt, auch Angebote für mehr Individualität auf Geschäftsreisen gewinnen an Bedeutung. So gehören flexible An- und Abreisezeiten genauso wie Sport- und Wellnessmöglichkeiten für viele Reisende zu wichtigen Anforderungen an Business-Hotels.“

Medienkontakt:

Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherin,

Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de

Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation

Zur Studie „Chefsache Business Travel 2017“

Die Studie „Chefsache Business Travel 2017“ wurde im Auftrag des Deutschen Reise Verbands (DRV) durchgeführt. 110 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 110 geschäftsreisende Führungs- und Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern wurden dafür zum Thema Geschäftsreisen befragt. Die Daten sind im Frühjahr 2017 erhoben worden.

Über die Kampagne „Chefsache Business Travel“

Auf Geschäftsreisen setzen Unternehmen ihre wichtigste Ressource ein: den hochqualifizierten Mitarbeiter. Mehr als 80 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 Entscheider Ebene besser bekannt zu machen.

Die Kampagne Chefsache Business Travel wird von den Travel Management Companies FIRST Business Travel, BCD Travel, Lufthansa City Center, American Express GBT, Carlson Wagonlit Travel, FCM Travel Solutions, DERPART Travel Service sowie der Fluggesellschaft Lufthansa getragen.

Weitere Informationen hierzu erhalten Sie unter www.chefsache-businessstravel.de.



Medienkontakt:

Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherin,

Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de

Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation