

Trotz Corona: Geschäftsreisende bevorzugen persönliche Meetings

Virtuelle Konferenzen können persönliche Treffen nicht ersetzen

Berlin, 24. Juni 2020 – Wegen Corona haben Unternehmen in den vergangenen drei Monaten etwa zwei von drei Geschäftsreisen durch virtuelle Meetings ersetzt. Doch das ist für die Beschäftigten nur eine Notlösung. Mehr als acht von zehn Geschäftsreisenden bevorzugen stattdessen persönliche Treffen. Diese bieten Vorteile wie bessere Beziehungspflege, Erfolgserlebnisse und Umsätze, sagt rund jeder zweite Angestellte. Darüber hinaus fühlt sich jeder fünfte Dienstreisende unterwegs produktiver als im Büro. Das sind Ergebnisse der aktuellen Studie „Chefsache Business Travel 2020“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

Home-Office statt dienstlich unterwegs: So sah wegen den Corona-Maßnahmen der Arbeitsalltag vieler Beschäftigter in Deutschland wochenlang aus. 69 Prozent der Geschäftsreisen wurden seit März durch virtuelle Meetings ersetzt. Das entspricht einem Anstieg um 39 Prozentpunkte im Vergleich zum Jahr 2019. Obwohl Dienstreisen trotz des Lockdowns möglich waren, fanden seit Ausbruch der Pandemie lediglich 16 Prozent der Meetings mit externen Teilnehmern wie Kunden oder Dienstleistern statt, jeweils 16 Prozent wurden verschoben oder ganz abgesagt. Und jede dritte Konferenz wurde erstmals virtuell durchgeführt.

Auch wenn virtuelle Meetings inzwischen vielerorts Routine sind, wollen Geschäftsreisende künftig wieder mehr auf persönliche Treffen setzen. 85 Prozent der Befragten geben an, diese Art des Meetings zu bevorzugen. 43 Prozent von ihnen planen, in Zukunft deutlich weniger virtuelle Meetings durchzuführen. 42 Prozent möchten hingegen weiterhin einen Teil der Meetings virtuell abhalten.

Persönliche Treffen bringen mehr Umsatz

Viele Beschäftigte haben in den vergangenen Wochen gemerkt, dass Video- und Telefonkonferenzen durchaus Vorteile bieten. 79 Prozent nennen zum Beispiel niedrigere Kosten und 73 Prozent Zeitersparnis. 68 Prozent fällt aber auch ein schwerwiegendes Defizit auf – die Gefahr durch technische Probleme. Darüber hinaus gibt es weitere Aspekte, die eher für persönliche Meetings sprechen. Als Pluspunkte erwähnen 51 Prozent das persönliche Erfolgserlebnis für Mitarbeiter und 49 Prozent die bessere Beziehungspflege. Auch aus Vertriebsicht scheint der persönliche Kontakt vorteilhaft zu sein: So sagen 45 Prozent, dass sie bei persönlichen Treffen mehr Umsatz erzielen. Bei virtuellen Meetings trifft dies lediglich bei einem Drittel der Befragten zu.

„Ein persönliches Treffen schafft eine Vertrauensbasis, die sich virtuell nur schwer herstellen lässt“, sagt Verena Funke, Country Director bei Egencia.

„Wichtige Gespräche werden deshalb künftig sicherlich wieder häufiger persönlich stattfinden. Durch die Zusammenarbeit mit den Experten eines Geschäftsreisebüros lassen sich Corona-bedingte Sicherheitsrisiken vermeiden.“

Einige Geschäftsreisende sind unterwegs besonders produktiv

Ein weiterer Vorteil von persönlichen Treffen und den dafür nötigen Reisen ist, dass 19 Prozent der Geschäftsreisenden unterwegs produktiver arbeiten können als an ihrem festen Arbeitsplatz. Jeder Zweite erreicht trotz Reiseaufwand immerhin noch das gleiche Niveau.

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

Das liegt vor allem daran, dass Alleinreisende die Zeit zwischen oder nach Terminen sinnvoll zum Arbeiten nutzen können. Zwei von drei Befragten nennen das als Grund, warum sie unterwegs produktiv sind. Sechs von zehn führen dies darauf zurück, dass sie sich zwischendurch entspannen können. Für jeden Zweiten wirkt eine andere Umgebung kreativitätsfördernd und dient somit auch der Produktivität.

Doch nicht überall finden Geschäftsreisende die richtigen Bedingungen vor, um produktiv arbeiten zu können. Das gilt gerade für Flughäfen und Bahnhöfe. 31 Prozent sind mit dem dort angebotenen WLAN-Zugang unzufrieden. 33 Prozent wünschen sich mehr schallgeschützte Kabinen zum ungestörten Telefonieren und 35 Prozent mehr ruhige Arbeitsbereiche mit Tisch.

„Unternehmen können die Produktivität ihrer Mitarbeiter auf Geschäftsreisen fördern“, sagt Funke. „Dazu gehört zum Beispiel, Zugang zu Lounges zu organisieren und WLAN-Zugang zu ermöglichen. Geschäftsreisebüros helfen ihren Partnern dabei, die passende Lösung für die Angestellten zu finden.“

Zur Studie „Chefsache Business Travel 2020“

Die Studie „Chefsache Business Travel 2020“ wurde im Januar 2020 vom Marktforschungsinstitut mo'web im Auftrag des Deutschen Reiseverbands (DRV) durchgeführt. 100 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 100 geschäftsreisende Führungs- und Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern nahmen an der Online-Befragung teil. Ergänzend wurde im Mai 2020 eine weitere Online-Befragung zu Geschäftsreisen in der Corona-Krise durchgeführt. Daran nahmen 100 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie geschäftsreisende Führungs- und Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern teil.

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,

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



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

Die Kampagne Chefsache Business Travel wird von den Travel Management Companies American Express GBT, BCD Travel, DERPART Travel Service, Egencia, FIRST Business Travel und dem DRV getragen.

The logo for Chefsache Business Travel is a dark brown rectangular box with a slight 3D effect. Inside the box, the words 'CHEFSACHE' and 'BUSINESS TRAVEL' are written in white, all-caps, sans-serif font, stacked vertically.

CHEFSACHE
BUSINESS TRAVEL

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