

Geschäftsreisende setzen wegen Corona auf Mobile Payment

Infektionsrisiko rüttelt am Vertrauen ins Bargeld und gibt kontaktlosen Bezahlmethoden einen Schub

Berlin, 29. Juli 2020 – Die Kontaktbeschränkungen und Hygienemaßnahmen rund um COVID-19 haben digitale Bezahlmethoden in den Fokus der Deutschen gerückt. Zwei Drittel der Beschäftigten wollen auf Geschäftsreisen künftig mit einem mobilen Endgerät zahlen, fast genauso viele mit Online-Diensten. Das Bargeld, das vor einem Jahr noch 50 Prozent genutzt haben, findet jetzt nur noch bei 31 Prozent der Befragten Anklang. Auch andere digitale Tools gewinnen in dieser Zeit an Beliebtheit, Berührungängste wurden abgebaut. Das sind Ergebnisse der aktuellen Studie „Chefsache Business Travel 2020“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

Kontaktlose Bezahlmethoden werden wegen Corona auf Geschäftsreisen immer beliebter. Virtuelle und mobile Bezahlmethoden, wie zum Beispiel mobile Wallets, in denen Corporate Cards hinterlegt werden können, landen an erster Stelle der genutzten Bezahlmethoden auf beruflichen Reisen. 65 Prozent der Geschäftsreisenden möchten künftig mit einem mobilen Endgerät bezahlen, vor einem Jahr gaben das nur 17 Prozent an. An erster Stelle landete noch vor einem Jahr die Firmen-Kreditkarte, direkt gefolgt vom Bargeld. Sicherheits- und Hygienegesichtspunkte durch Corona gaben auch anderen Zahlungsmitteln einen Push: Derzeit liegen Online-Bezahldienste wie Paypal mit 57 Prozent mit großem Abstand an

zweiter Stelle. Mobile wie digitale Zahlungsmittel bieten den Vorteil der kontaktlosen Handhabung mit geringerem Ansteckungsrisiko. Auch die persönliche Kreditkarte (37 Prozent) und die EC-Karte (35 Prozent) lassen sich oftmals mit wenig Kontaktpunkten an den Scanner halten. Bargeld mit der dazugehörigen Berührung möchte hingegen nur noch jeder Dritte nutzen.

Sinneswandel dank Corona

Noch vor einem Jahr zahlte jeder zweite Geschäftsreisende unterwegs bevorzugt mit Münzen und Scheinen. Die Liebe zum Bargeld – sie war auch bei Dienstreisenden vor Beginn der Corona-Pandemie ungebrochen. Digitale Optionen waren noch vor einem Jahr eher Zukunftsmusik. Vor der Corona-Krise nutzte nicht einmal jeder Dritte Mobile Payment. Im Vergleich zu 2019 war die Nutzung zu Beginn des Jahres immerhin um zwölf Prozentpunkte auf 29 Prozent gestiegen. Besonders gut kam das Angebot bei Frauen an. Während 37 Prozent von ihnen Mobile Payment nutzten, waren es bei den Männern nur 21 Prozent. Das Hauptargument gegen die Technik war damals mangelndes Vertrauen. 36 Prozent der Geschäftsreisenden bezahlten deshalb noch nicht mit mobilen Geräten. Weitere 19 Prozent sagten, dass sie sich damit nicht auskennen würden.

Offen für digitale Innovationen

Zusätzlich zu der neuen Akzeptanz von Mobile Payment sind Geschäftsreisende durch Auswirkungen der Corona-Pandemie auch offener für andere digitale Innovationen, vor allem für eine App zur Übermittlung von Gate- und Verspätungsinfos auf das Smartphone. 81 Prozent der Befragten können sich aktuell vorstellen, eine solche App zu nutzen. Darüber hinaus würden 76 Prozent eine App verwenden, die sie bei der Sicherheitskontrolle zur Warteschlange mit der geringsten Wartezeit lotst.

„Die Sorge vor der Ansteckung drängt Berührungsängste vor der neuen Technologie in den Hintergrund. Daher beschleunigt die COVID-19

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

Pandemie die Nutzung bereits etablierter digitaler Angebote wie das digitale Bezahlen“, sagt Alexander Albert, Vice President Program Management EMEA bei BCD Travel. „Aber auch die technische Angebotsvielfalt nimmt zu – sei es, dass künftig vermehrt Roboter an Flughäfen eingesetzt oder digitale Hotelschlüssel zum neuen Standard werden. Dieser Trend zeichnete sich bereits vor der Pandemie ab. Gepaart mit dem Gesundheitsaspekt hat die Entwicklung jetzt enorm an Fahrt gewonnen, denn Geschäftsreisende stehen diesen Angeboten nicht nur offener denn je gegenüber, sondern fordern sie sogar ein.“

Hier finden Sie den Link zu der dazugehörigen Infografik:

<https://www.chefsache-businessstravel.de/wp-content/uploads/2020/07/DRV-Infografik-Digitalisierung-E-Payment.jpg>

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, 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-businessstravel.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.

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