



### **Neue Studie zeigt: Reisende erwarten mehr Flexibilität vom Travel Management**

*Erfolgreiche Travel Manager stellen die individuellen Reisenden in den Mittelpunkt – allerdings sind nur wenige Unternehmen darauf vorbereitet*

**Amsterdam, 27. Oktober 2016.** Nahezu die Hälfte (48 Prozent) der weltweiten Travel Manager sagen, das Verhältnis von Arbeits- zu freier Zeit sei in den vergangenen drei Jahren zunehmend zum Problem geworden. Eine ähnlich hohe Zahl (42 Prozent) registriert eine steigende Zahl von Geschäftsreisenden, die ihre Dienstreisen mit Freizeit verbinden möchten – oder die ein Familienmitglied mit auf die Geschäftsreise nehmen möchten (28 Prozent) oder nach Freizeitausgleich fragen (23 Prozent).

Das sind zentrale Ergebnisse der neuen Studie „Meet The Modern Business Traveller“ der Association of Corporate Travel Executives (ACTE) und von American Express Global Business Travel (GBT). Die Studie zeigt, wie sich Verhalten und Vorlieben heutiger Geschäftsreisender entwickeln, und untersucht, wie Unternehmen ihre Travel-Management-Strategien anpassen können, um die Bedürfnisse und Erwartungen heutiger Geschäftsreisender zu erfüllen.

Die Studie beruht auf einer Umfrage unter 250 Travel Managern und Einkäufern in Unternehmen. Sie zeigt deutlich, dass moderne Geschäftsreisende auf Lebensqualität achten, eine bessere Abstimmung zwischen Arbeit und Privatleben einfordern und personalisierte Geschäftsreiseprozesse erwarten.

Obwohl die Lebensqualität vielen Geschäftsreisenden unverändert ein Anliegen ist, hat sie nicht die höchste Priorität: Fast zwei Drittel (65 Prozent) der Travel Manager berichten, dass in den vergangenen drei Jahren die Zahl der Anfragen zu Themen persönlicher Sicherheit zugenommen hat.

#### ***Wachsender Appetit auf neue Formen des Reisens***

Von den 250 befragten Travel Managern und Einkäufern registrieren mehr als drei Viertel (79 Prozent) in den vergangenen drei Jahren den wachsenden Gebrauch öffentlicher Verkehrsmittel auf der Grundlage von Apps. Fast die Hälfte (48 Prozent) meldet die verstärkte Nutzung von Mitfahrgelegenheiten, 40 Prozent eine zunehmende Inanspruchnahme von Sharing-Economy-Unterkünften. Für denselben Zeitraum berichten 34 Prozent von einer verminderten Nutzung von Limousinen-Services, 24 Prozent von weniger Mietwagenaufkommen.

Auch die Fluggewohnheiten haben sich verändert: Fast die Hälfte (49 Prozent) der Befragten sprechen von wachsender Nutzung von Low-Cost-Carriern – und 23 Prozent von einem Zuwachs bei klassischen Netzwerk-Fluggesellschaften, was den Schluss nahelegt, dass moderne Reisende in zunehmendem Maß das Niveau ihrer Flüge gemischt buchen.

## ***Die Herausforderung für Unternehmen***

Viele Unternehmen beginnen, die Travel-Management-Strategien anzupassen, um dem Profil moderner Reisender gerecht zu werden. Mehr als die Hälfte der Befragten (54 Prozent) haben die Richtlinien für persönliche Sicherheit verschärft, mehr als ein Drittel (36 Prozent) bereiten das vor oder denken über Änderungen der Richtlinien nach. Das Thema Sharing Economy spaltet die Travel Manager: 25 Prozent stellen in den Reiserichtlinien Verkehrsmittel über Shared-Economy-Anbieter zur Wahl, 30 Prozent verfolgen dazu keine Pläne. Nur neun Prozent bieten Sharing-Economy-Unterkünfte, 59 Prozent sagen, dass sie die Aufnahme solcher Unterkünfte in ihr Angebot nicht planen.

Eine verbesserte Produktivität wurde von 39 Prozent der Befragten als Hauptziel der Verbesserung von Geschäftsreise-Prozessen genannt, ein Viertel sagte, sie sei wichtig für die Attraktivität als Arbeitgeber. Nur 14 Prozent der Antwortenden nannte Umsatz als Hauptsatz. Es gibt allerdings Hinweise auf ein Missverhältnis zwischen wichtigen Unternehmens-Leistungsdaten und den genannten Zielen. Die Mehrheit der Travel Manager nennt Einsparungen (90 Prozent) als wichtigste Leistungszahl, gefolgt von Compliance (86 Prozent), der Zufriedenheit der Reisenden (68 Prozent), der Produktivität der Reisenden (30 Prozent), ihrem Wohlbefinden (29 Prozent), der Work-Life-Balance (24 Prozent) und Mitarbeiterbindung (20 Prozent).

## ***Das Ziel: zufriedener und produktiver Reisende***

„Geschäftsreisende wie auch Geschäftsreisen haben sich weiterentwickelt – die Tage der Straßenkämpfer sind vorüber“, sagt Philip Haxne, Regional Director EMEA für Global Business Consulting bei American Express Global Business Travel. „Heute können Travel Manager mit ihren Strategien nur dann wirklich erfolgreich sein, wenn sie Gefühle, Wünsche und Gewohnheiten der modernen Geschäftsreisenden verstehen. Nur durch Anpassung an moderne Geschäftsreisende können Unternehmen Spitzenkräfte gewinnen und an sich binden und gleichzeitig die Produktivität steigern.“

Philip Haxne weiter: „Für die Umsetzung dieser Ziele sollten Unternehmen die Möglichkeiten der leistungsstarken Technologie von heute ausschöpfen, um Auswahl und Personalisierung in die Geschäftsreiseprozesse zu bringen.“

„Moderne Geschäftsreisende sind aus zwei Gründen unterwegs: für die vom Unternehmen vorgegebenen Ziele und für die, die sie sich für ihr Leben gesetzt haben“, sagt Greeley Koch, Executive Director der Association of Corporate Travel Executives. „Für eine wachsende Zahl haben die Ziele des Unternehmens keine Bedeutung, wenn sie nicht zu den persönlichen beitragen. Konzentration auf die Reisenden ist das Bindeglied zwischen Work-Life-Balance, besseren Leistungen der Reisenden und erreichter Unternehmensziele – und zwar, ohne Abstriche bei den Einsparungen zu machen.“

## **American Express Global Business Travel**

American Express Global Business Travel (GBT) stützt Unternehmen aller Größen mit den Informationen, Tools, Dienstleistungen und dem Fachwissen aus, die sie brauchen, damit ihre Reisenden sicher, produktiv und auf ihre Aufgaben konzentriert unterwegs sein können. Mit rund 12.000 Mitarbeitern und Angeboten in nahezu 120 Ländern auf der ganzen Welt ermöglicht GBT seinen Kunden die Kontrolle über ihre Travel-Management-Programme, die Optimierung der Renditen ihrer Investitionen in Reisen und Konferenzen sowie gleichzeitig – und mindestens genauso wichtig – außergewöhnliche Fürsorge für die Reisenden.

Mehr Informationen unter [amexglobalbusinessstravel.com](http://amexglobalbusinessstravel.com), [amexglobalbusinessstravel.com/content](http://amexglobalbusinessstravel.com/content) und @ [twitter.com/amexgbt](https://twitter.com/amexgbt).

American Express Global Business Travel („GBT“) ist ein Joint-venture, das sich nicht vollständig im Besitz von American Express Company oder einer seiner Tochtergesellschaften („American Express“) befindet. „American Express Global Business Travel“, „American Express“ und das Logo von American Express sind Markenzeichen von American Express und werden unter eingeschränkter Lizenz verwendet.

**PR-Partner von**

**American Express Global Business Travel in Deutschland**

XSP Kommunikation GmbH

Beate Zwermann und Maria Haun

Telemannstraße 20, 60323 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 713 74 98-16

E-Mail: [zwermann@xsp-frankfurt.de](mailto:zwermann@xsp-frankfurt.de); [haun@xsp-frankfurt.de](mailto:haun@xsp-frankfurt.de)