

GESCHÄFTSREISEN IN EUROPA





INHALTS- VERZEICHNIS

- 03 EINLEITUNG
- 04 WICHTIGE ERKENNTNISSE
- 07 AKTUELLER STAND DER REISERICHTLINIEN
- 09 RICHTLINIEN DER TRANSPORTMITTELAUSWAHL BEI GESCHÄFTSREISEN
- 15 WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHÄFTSREISENDE?
- 22 AUSWAHL DER VERKEHRSMITTEL- PRIORITÄTEN, STÄRKEN UND HERAUSFORDERUNGEN
- 28 AUSGABEN FÜR TRANSPORTMITTEL
- 32 RIDE-HAILING-TECHNOLOGIE
- 37 GESCHÄFTSREISENDE UND RIDE-HAILING APPS
- 41 RIDE-HAILING-VERWALTUNG
- 53 RIDE-HAILING-ZAHLUNG UND KOSTENERSTATTUNG
- 56 DATENSCHUTZ
- 58 MOBILITÄTSANBIETER
- 60 NACHHALTIGKEIT, CO₂-FREUDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT
- 68 SCHLUSSFOLGERUNG
- 72 TRAVEL MANAGER PROFIL
- 76 BUSINESS TRAVELLER PROFIL
- 79 ÜBER GBTA
- 80 ÜBER FREENOW FOR BUSINESS

EINLEITUNG

Der Geschäftsreiseverkehr entwickelt sich in rasantem Tempo.

Die Veränderungen werden durch eine Vielzahl von Faktoren vorangetrieben, darunter:

- Anstieg der Reiseintensität seit der COVID-19-Pandemie
- Neue Arbeitsmodelle für Arbeitnehmer*innen und zunehmende Remote-/Hybrid Arbeit
- Zunehmender Druck zur Förderung der Nachhaltigkeit
- Technologische Fortschritte (wie KI, maschinelles Lernen, Smart-Geräte, Datafizierung, neue Energielösungen, Blockchain, Edge- und Quantencomputing)



In dieser Aktualisierung unseres GTBA FREENOW Whitepapers 2020 haben wir eine Umfrage unter europäischen Geschäftsreisenden und Travel Managern durchgeführt, um die sich verändernde Landschaft des Sektors zu bewerten.

2023, haben wir nun eine erneute Untersuchung zum aktuellen Stand von Geschäftsreisen am Boden in sieben wichtigen Märkten durchgeführt:



WICHTIGE ERKENNTNISSE

1. Europäische Travel Manager sind erfolgreich bei der Durchsetzung von Richtlinien, haben aber Schwierigkeiten mit der Zufriedenheit der Reisenden.

Auf die Frage nach den drei größten Stärken ihres Reiseprogramms (von sieben möglichen) nannten die Travel Manager am häufigsten die Durchsetzung der Richtlinien, die Sicherheit der Reisenden/die Sorgfaltspflicht, die Kosteneinsparungen und ein unkompliziertes Zahlungs- / Spesenmanagement. Sie erkennen jedoch auch die Herausforderungen und Schwachstellen ihres Programms. Zu den drei häufigsten Schwachstellen gehören die Zufriedenheit der Reisenden, die Reporting-/Kostentransparenz und die Nachhaltigkeit.

WARUM DAS WICHTIG IST

Ein erfolgreiches Geschäftsreiseprogramm setzt sich aus mehreren Komponenten zusammen. Durch die Konzentration auf diese Schlüsselemente und die kontinuierliche Arbeit an der Verbesserung der Zufriedenheit der Reisenden, der Kostenrechnungs-/Berichtsfunktionen und der Nachhaltigkeitsbemühungen können Travel Manager ein erfolgreiches und umfassendes Geschäftsreiseprogramm entwickeln, das mit den Zielen und Werten des Unternehmens im Einklang steht.

2. Im Durchschnitt geben europäische Travel Manager an, dass 30 % der Ausgaben ihres Unternehmens für öffentliche Verkehrsmittel anfallen.

Weitere 20 % der Ausgaben entfallen auf konventionelle Taxis und 14 % auf private Mietwagen. Im Vergleich dazu wurden in der GBTA-FREENOW-Studie für das Jahr 2020 durchschnittliche Ausgaben für öffentliche Verkehrsmittel von nur 16% und für private Mietwagen von 18% der Ausgaben für den Landverkehr ermittelt. Die Verschiebung hin zu mehr Ausgaben für öffentliche Verkehrsmittel und der entsprechende Rückgang der Ausgaben für Mietwagen und private Mietfahrzeuge deutet auf verstärkte Bemühungen um Nachhaltigkeit bei Reiseprogrammen hin.

WARUM DAS WICHTIG IST

Die europäischen Reiseprogramme zeigen ihr Engagement für Nachhaltigkeit, indem sie einen höheren Prozentsatz der Grundaussgaben für öffentliche Verkehrsmittel vorsehen. Der Rückgang der Ausgaben für private Mietwagen deutet auf eine Verlagerung auf umweltfreundlichere Alternativen wie öffentliche Verkehrsmittel und Elektrotaxis hin. Anbieter von Bodentransporten sollten ihre Elektro- und Hybridflotten in Geschäftsreiseprogrammen bewerben, um das Bewusstsein von Travel Managern und Reisenden zu schärfen.



RICHTLINIEN VS.
ZUFRIEDENHEIT



ÖFFENTLICHER
NAHVERKEHR



RIDES-HAILING
APPS



VERSCHIEDENE
TRANSPORTFORMEN



CO2-EMISSIONEN

WICHTIGE ERKENNTNISSE

3. Geschäftsreisende schätzen den Komfort von Ride-Hailing-Apps.

Als wichtige Merkmale von Ride-Hailing-Apps wurden von Geschäftsreisenden die Aspekte „Einfache Buchung“, „Kürzere Wartezeiten/Verfügbarkeit von Fahrten“ und „Kosten“ angegeben.

Sie schätzen jedoch auch die exklusiven Features wenn ihr Unternehmen einen Vertrag mit einem Anbieter hat, wie z. B. den automatischen Import von Fahrten in Spesenabrechnungssysteme und die Möglichkeit, die App so zu konfigurieren, dass sie Reiserichtlinien durchsetzt.

WARUM DAS WICHTIG IST

Da die Nutzung von Mitfahrerservices ein beliebtes Transportmittel für Geschäftsreisende ist, können Reiseprogramme von einem Vertrag mit einem Ride-Hailing-Anbieter profitieren, um die Durchsetzung von Reiserichtlinien zu unterstützen und die Erfahrungen der Reisenden zu optimieren.

4. Das Interesse der Travel Manager an Verträgen mit Unternehmen, die mehrere Transportmöglichkeiten anbieten, ist groß.

Zu den Verkehrsmitteln, für die sich die Travel Manager interessierten, gehörten Mietwagen, Carsharing, Fahrdienstvermittler (PHVs)/Fahrgemeinschaften, E-Scooter und E-Bikes. Tatsächlich bekundet die Hälfte (53 %) der Travel Manager Interesse daran, mit demselben Anbieter für mehrere Transportmöglichkeiten oder -dienstleistungen einen Vertrag abzuschließen.

WARUM DAS WICHTIG IST

Der Abschluss eines formellen Vertrags mit einem Unternehmen (oder mehreren Unternehmen), das (die) mehrere Transportmöglichkeiten anbietet (anbieten), würde zur Rationalisierung der Ausgaben und damit zur Steigerung der Gesamteffizienz des Reiseprogramms beitragen. Darüber hinaus sind die Kommunikation mit dem Personal und die Schulung in der effektiven Nutzung der vertraglich vereinbarten Dienstleistungen von entscheidender Bedeutung, um die Vorteile der Verträge zu maximieren und eine positive Erfahrung für die Reisenden zu gewährleisten.



RICHTLINIEN VS.
ZUFRIEDENHEIT



ÖFFENTLICHER
NAHVERKEHR



RIDES-HAILING
APPS



VERSCHIEDENE
TRANSPORTFORMEN



CO2-EMISSIONEN

WICHTIGE ERKENNTNISSE

5. Travel Manager finden es schwierig, die durch den Transport am Boden verursachten Kohlenstoffemissionen nachzuverfolgen.

Die Hälfte der europäischen Travel Manager ist der Ansicht, dass es schwieriger ist, die Emissionen von bodengebundenen Verkehrsmitteln zu verfolgen als die anderer Verkehrsmittel. Darüber hinaus ist sich eine beträchtliche Anzahl von Travel Managern nicht sicher, wie hoch der Anteil der Buchungen von Elektrofahrzeugen bei Carsharing, Mietwagen oder Limousinen mit Chauffeur ist, was darauf hindeutet, dass hier ein Informationsdefizit besteht.

WARUM DAS WICHTIG IST

Reiseprogramme benötigen Daten und Kennzahlen zu den Emissionen, die durch Geschäftsreisen verursacht werden. Anbieter von Bodentransporten, die in der Lage sind, Emissionsdaten effizient und benutzerfreundlich bereitzustellen, werden von Travel Managern wahrscheinlich gut angenommen, da sie Berichte liefern und eine datengestützte Entscheidungsfindung, Leistungsvergleiche, Transparenz und Mitarbeiterbindung unterstützen.



RICHTLINIEN VS.
ZUFRIEDENHEIT



ÖFFENTLICHER
NAHVERKEHR



RIDES-HAILING
APPS



VERSCHIEDENE
TRANSPORTFORMEN



CO2-EMISSIONEN

AKTUELLER STAND DER BODENGEBUNDENEN REISERICHTLINIEN



Die Sichtweise des Travel Managers

Wie würden Travel Manager die Richtlinien ihres Unternehmens in Bezug auf Bodentransport heute im Vergleich zu 2019 beschreiben?

F: Wie würden Sie den Ansatz Ihres Unternehmens für den Bodentransport heute im Vergleich zu 2019 (vor der Pandemie) beschreiben? (n=152)



Auf die Frage an die europäischen Travel Manager, was für ihr Unternehmen in Bezug auf den bodengebundenen Verkehr die höchste Priorität hat, nannte die Hälfte (49 %)

Kostensenkungen/Einsparungen, gefolgt von Nachhaltigkeit (22 %) und Mitarbeitererfahrung (12 %).

Während Kostensenkungen bei Reiseprogrammen nach wie vor die höchste Priorität haben, hat die COVID 19-Pandemie die Art und Weise beeinflusst, wie viele Unternehmen den Landverkehr angehen. In der Studie 2020 wurde beispielsweise festgestellt, dass viele europäische Reiseprogramme den Schwerpunkt auf Mietwagen und andere Verkehrsmittel legen, die den direkten Kontakt mit anderen Menschen minimieren, um das Risiko für die Reisenden zu verringern.

Auf die Frage, wie sich der Ansatz ihres Unternehmens bei der Auswahl von Verkehrsmitteln seit der Zeit vor der Pandemie (2019) am stärksten verändert hat, antworteten 38 % der Travel Manager, dass sie mehr Wert auf Nachhaltigkeit und umweltfreundliche Fahrzeuge legen. 24 % der europäischen Travel Manager geben an, dass sich der Ansatz ihres Unternehmens in Bezug auf den Bodenverkehr seit 2019 nicht verändert hat, während 22 % angeben, dass sich der Ansatz ihres Unternehmens stärker an den Kosten orientiert.



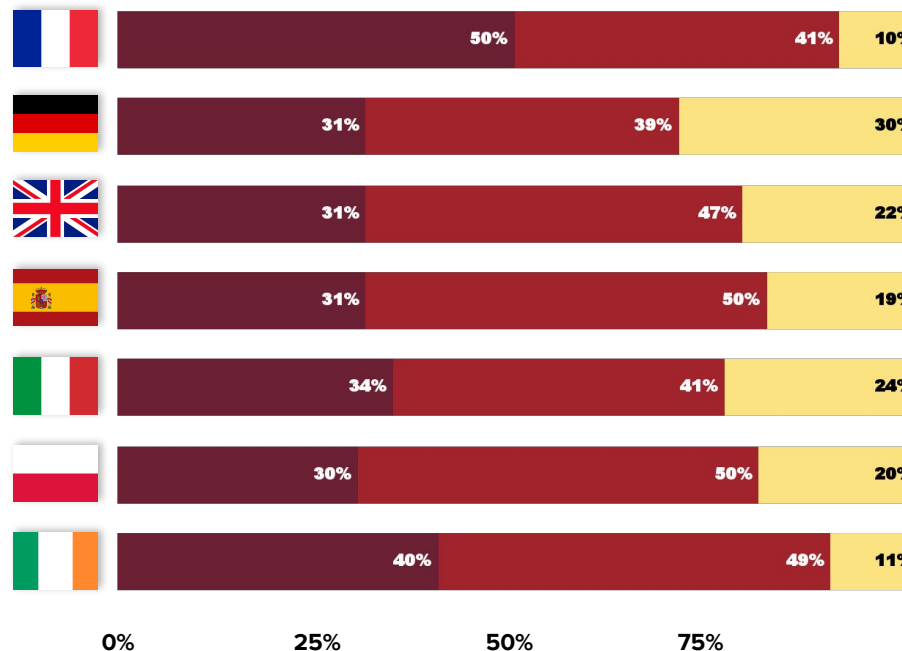
AKTUELLER STAND DER REISERICHTLINIEN



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Was hat für Sie bei der Wahl des Transportmittels auf Geschäftsreisen oberste Priorität?

- **Kostensenkung:**
Begrenzung der Kosten für Transportmittel; Unterstützung für mein Unternehmen, Geld zu sparen oder die Kosten zu begrenzen
- **Komfort/Erfahrung:**
Angenehme Reiseerlebnisse; Maximierung von Komfort, Zeit oder Produktivität
- **Nachhaltigkeit:**
Begrenzung oder Verringerung der Kohlenstoffemissionen meiner Transportmittel



Aus der Sicht der Geschäftsreisenden stehen Komfort/Erlebnis an erster Stelle, gefolgt von Kostensenkung/-einsparungen und Nachhaltigkeit.

Eine bemerkenswerte Ausnahme bilden die französischen Geschäftsreisenden, für die Kostensenkung/-einsparungen wichtiger sind als Komfort und Nachhaltigkeit.

F: Was hat für Sie bei der Wahl des Transportmittels auf Geschäftsreisen oberste Priorität? (n=104-112)

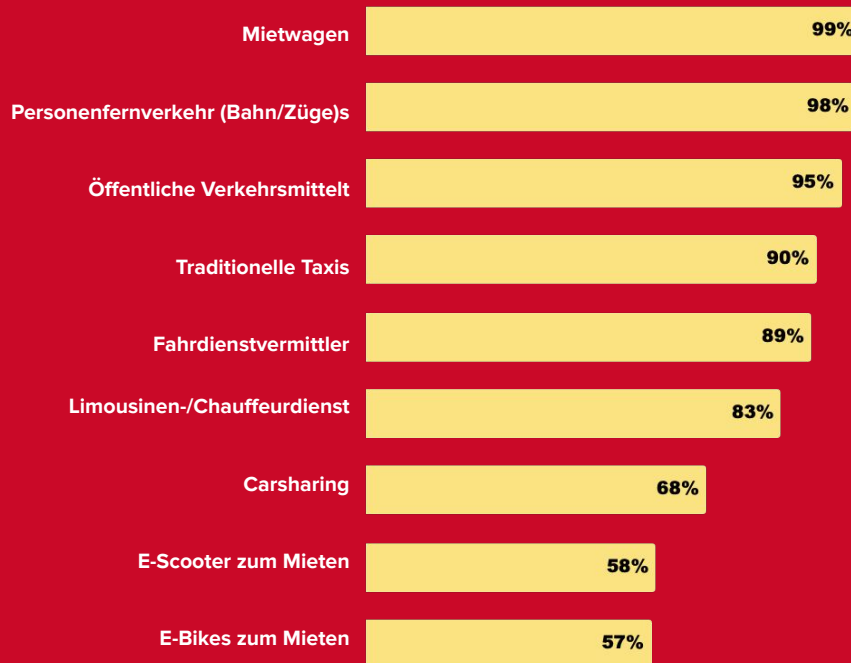
RICHTLINIEN DER TRANSPORTMITTEL-AUSWAHL BEI GESCHAFTSREISEN



Die Sichtweise des Travel Managers

Sind die Reiserichtlinien der Unternehmen auf...?

F: Inwiefern ist die Nutzung der folgenden Verkehrsmittel auf Geschäftsreisen in der Reiserichtlinie Ihres Unternehmens



Geschäftsreiseprogramme in Europa nutzen eine Vielzahl von bodengebundenen Verkehrsmitteln, wobei Mietwagen (99 %), Fernzüge (98 %), öffentliche Verkehrsmittel (95 %), traditionelle Taxis (90 %), Fahrdienstvermittler (89 %) und Limousinen-/Chauffeurdienste (83 %) am häufigsten in Anspruch genommen werden.



RICHTLINIEN ZU TRANSPORTMITTELN BEI REISEPROGRAMMEN

Darüber hinaus befassen sich mehr Reiseprogramme mit „neueren“ Transportmöglichkeiten im Vergleich zu 2020, als GBTA und FREENOW for Business zuletzt europäische Travel Manager befragten.

Zwei von drei Reiseprogrammen (68 %) befassen sich jetzt mit dem Thema Carsharing, im Jahr 2020 waren es noch 54 %.

Auch E-Scooter (58 % im Vergleich zu 42 % im Jahr 2020) und E-Bikes (57 % im Vergleich zu 44 % im Jahr 2020) werden heute häufiger in europäischen Reiseprogrammen berücksichtigt als noch vor drei Jahren.

Insgesamt spiegelt die zunehmende Einbeziehung neuerer Verkehrsmittel wie Carsharing, E-Scooter und E-Bikes in Geschäftsreiseprogrammen die sich verändernde Verkehrslandschaft in Europa wider.

Travel Manager stellen sich auf die sich verändernden Vorlieben und Bedürfnisse von Geschäftsreisenden ein und legen dabei den Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit, Kosteneffizienz und Komfort.

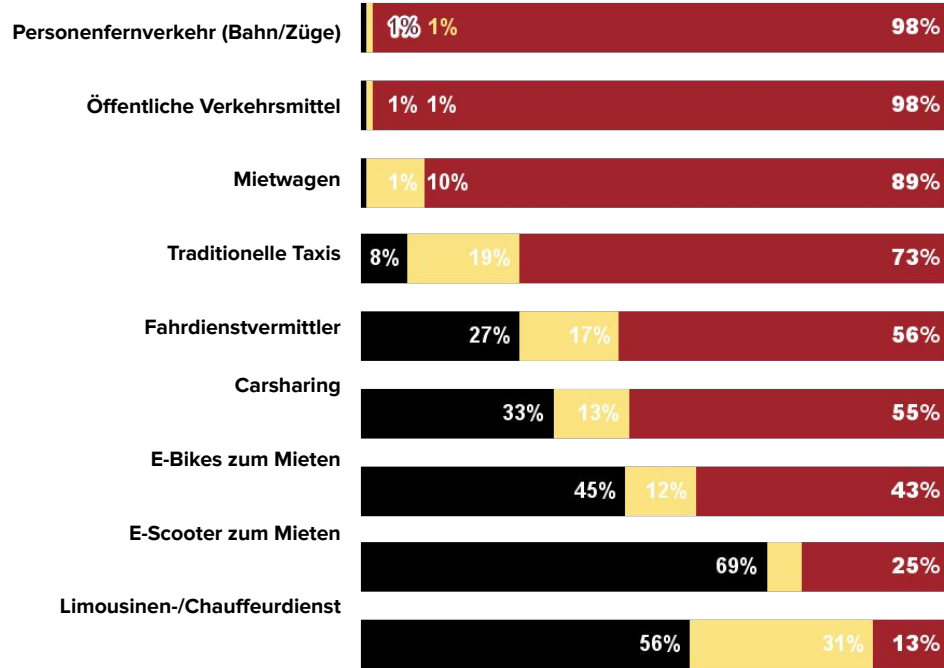
RICHTLINIEN ZU TRANSPORTMITTELN BEI REISEPROGRAMMEN



Die Sichtweise des Travel Managers

Wie wird in den Reiserichtlinien auf bestimmte Transportarten auf Geschäftsreisen eingegangen?

- Nie/Selten erlaubt
- Manchmal erlaubt
- Oft/Immer erlaubt



Viele Reiserichtlinien gehen zwar auf verschiedene Transportmittel ein, aber lassen diese nicht unbedingt zu.

F: Inwiefern ist die Nutzung der folgenden Verkehrsmittel auf Geschäftsreisen in der Reiserichtlinie Ihres Unternehmens geregelt? (n=123-134)

RICHTLINIEN ZU TRANSPORTMITTELN

Die Reiserichtlinien enthalten oft Regelungen und Einschränkungen, um die Einhaltung der Unternehmensvorschriften, der Sicherheitsstandards und der Kosteneffizienz zu gewährleisten.

Fast alle europäischen Reiseprogramme erlauben ihren Reisenden die Nutzung des Schienenfernverkehrs (98 %) und der öffentlichen Verkehrsmittel (98 %) – was zum Teil auf die wachsende Bedeutung der Nachhaltigkeit in der EU und anderen europäischen Ländern zurückzuführen sein könnte.

Mietwagen (89 %) und Taxis (73 %) sind weitgehend erlaubt, ebenso wie Fahrdienstvermittler (56 %). Die Studie 2020 ergab, dass die Hälfte (50 %) der Reiseprogramme immer private Fahrdienstvermittler (PHV) für ihre Geschäftsreisenden zulassen.



»» PERSPEKTIVE: DIE ENTWICKLUNG DER RICHTLINIEN ZU TRANSPORTMITTELN

Vor drei Jahren führten GBTA und FREENOW eine Umfrage unter Travel Managern durch, um herauszufinden, wie die Reiserichtlinien ihres Unternehmens vor der Pandemie die verschiedenen bodengebundenen Verkehrsmittel behandelten. Die diesjährige Umfrage enthielt dieselben Fragen. Ziel war es herauszufinden, wie sich die Reiserichtlinien entwickelt haben. Es zeichnen sich einige wichtige Trends ab.

Beschränkung von Limousinen-/Chauffeurdiensten

In den letzten drei Jahren haben Reiserichtlinien den Einsatz von Limousinen- und Chauffeurdiensten stark eingeschränkt. Momentan erlauben weniger als die Hälfte (44 %) der Reiserichtlinien zumindest manchmal Limousinen und Chauffeurdienste. Darunter sind weniger als ein Drittel (31 %), die dies immer oder oft erlauben. Vor der Pandemie war das noch anders. Fast zwei Drittel der Reiserichtlinien (65 %) ließen zumindest manchmal Limousinen-/Chauffeurdienste zu, darunter zwei von fünf (38 %), die dies immer oder oft taten.





»» PERSPEKTIVE: DIE ENTWICKLUNG DER RICHTLINIEN ZU TRANSPORTMITTELN

Ein sich entwickelnder Ansatz für die Mikromobilität

Immer mehr Reiserichtlinien befassen sich mit Mikromobilität. Drei von fünf (58 %) Reiserichtlinien beziehen sich auf den Verleih von E-Scootern. Vor drei Jahren waren es noch weniger als die Hälfte (45 %). 57 % sind auf die Vermietung von Fahrrädern ausgerichtet, während es vor der Pandemie auch weniger als die Hälfte (46 %) waren.

Von den Richtlinien, die sich mit E-Scootern befassen, erlauben 69 % diese nie oder nur selten. Dies entspricht in etwa dem selben Anteil (75 %) wie vor der Pandemie. Die Akzeptanz von Fahrrädern hat jedoch zugenommen. Von den Reiserichtlinien, die sich mit Mietfahrrädern befassen, erlaubt mehr als die Hälfte (55 %) diese zumindest manchmal, 43 % erlauben sie immer oder oft. Vor der Pandemie waren sie in weniger als der Hälfte der Reiserichtlinien (40 %) zumindest manchmal erlaubt.

Carsharing setzt sich durch

Die Zahl der Reiserichtlinien, die zumindest manchmal Mietwagen zulassen (89 %), ist im Vergleich zu vor drei Jahren (94 %) weitgehend unverändert. Eine wachsende Zahl von Reiserichtlinien erlaubt jedoch Carsharing. Diese Programme ermöglichen es den Mitarbeitenden, ein Auto auf Stunden- oder Kilometerbasis zu mieten.

Von den Reiserichtlinien, die sich mit Carsharing befassen, erlauben zwei Drittel (68 %) es zumindest manchmal, und mehr als die Hälfte (55 %) erlauben es immer oder oft. Vor der Pandemie ließen 60 % dies zumindest manchmal zu, während 40 % es immer oder oft zuließen. Carsharing-Programme können Geld sparen, indem sie den Mitarbeitenden ermöglichen, ein Auto für einen bestimmten Zeitraum zu mieten, wenn sie es brauchen. Die Arbeitnehmer*innen könnten so auch Geld für das Parken.



WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHÄFTSREISENDE?

Geschäftsreisende sind daran interessiert, eine Vielzahl von Verkehrsmitteln zu nutzen, wenn sie beruflich unterwegs sind. Sie sind am meisten daran interessiert, auf Geschäftsreisen den Personenfernverkehr mit der Bahn zu nutzen (über 70 % in jedem Land) und einen Mietwagen zu mieten (64 % bis 81 % je nach Land).

Es gibt jedoch einige bemerkenswerte Unterschiede: Geschäftsreisende in Frankreich sind weniger an der Nutzung herkömmlicher Taxis und Limousinen interessiert, während sie in Spanien eher private Mietfahrzeuge und in Italien eher E-Scooter nutzen.












WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHAFTSREISENDE?



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Bitte bewerten Sie Ihr Interesse an der Nutzung der folgenden Verkehrsmittel auf Geschäftsreisen (n=101-112)

% interessiert + sehr interessiert an der Nutzung auf Dienstreisen

| |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| Personenfernverkehr (Bahn/Züge) | 79% | 78% | 84% | 79% | 77% | 74% | 73% |
| Mietwagen | 64% | 81% | 77% | 78% | 73% | 68% | 71% |
| Traditionelle Taxis: werden zumeist direkt auf der Straße oder über eine SmartphoneApp gebucht | 61% | 69% | 74% | 79% | 71% | 67% | 70% |
| Fahrdienstvermittler, die über eine Smartphone-App bestellt werden | 62% | 67% | 71% | 83% | 67% | 67% | 71% |
| Öffentliche Verkehrsmittel: Busse oder S- / U-Bahnen | 68% | 74% | 76% | 64% | 64% | 58% | 72% |
| Carsharing: stundenweise Mietwagen | 53% | 65% | 59% | 48% | 70% | 59% | 54% |
| Limousinen- / Chauffeurdienst | 32% | 58% | 59% | 46% | 44% | 48% | 50% |
| Fahrräder zur Miete | 53% | 55% | 62% | 48% | 64% | 59% | 53% |
| E-Scooter zum Mieten | 44% | 53% | 52% | 43% | 63% | 47% | 48% |










WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHAFTSREISENDE?



Die Sicht der
Geschäftsreisenden

F: Welche der folgenden Transportmöglichkeiten haben Sie auf Ihrer letzten Geschäftsreise tatsächlich genutzt? Wählen Sie alle zutreffenden Optionen aus. (n=104-112)

% auf der letzten Geschäftsreise genutzt

| |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| Personenfernverkehr (Bahn/Züge) | 48% | 53% | 37% | 45% | 45% | 33% | 31% |
| Mietwagen | 45% | 49% | 35% | 43% | 47% | 47% | 35% |
| Traditionelle Taxis: werden zumeist direkt auf der Straße oder über eine App gebucht | 30% | 39% | 40% | 44% | 38% | 35% | 38% |
| Fahrdienstvermittler, die über eine App bestellt werden | 28% | 30% | 39% | 50% | 43% | 29% | 32% |
| Öffentliche Verkehrsmittel: Busse oder S- / U-Bahnen | 33% | 48% | 46% | 38% | 35% | 45% | 55% |
| Carsharing: stundenweise Mietwagen | 14% | 24% | 27% | 23% | 28% | 28% | 23% |
| Limousinen-/ Chauffeurdienst | 4% | 16% | 10% | 9% | 10% | 13% | 16% |
| Fahrräder zur Miete | 10% | 16% | 17% | 14% | 10% | 23% | 13% |
| E-Scooter zum Mieten | 13% | 21% | 18% | 10% | 9% | 13% | 14% |



WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHAFTSREISENDE?

In Anbetracht der zunehmenden Besorgnis über die Nachhaltigkeit (und der daraus resultierenden Maßnahmen vieler europäischer Unternehmen) ist es bemerkenswert, dass europäische Geschäftsreisende weitgehend bereit sind, umweltfreundlichere Verkehrsmittel am Boden zu benutzen, einschließlich der Bahn und des öffentlichen Nahverkehrs.

Europa verfügt über ein ausgedehntes und effizientes Schienennetz, das auf vielen innereuropäischen Strecken eine bequeme und umweltfreundliche Alternative zum Flugzeug darstellt. Hochgeschwindigkeitszüge bieten wettbewerbsfähige Reisezeiten und sind daher auch für Geschäftsreisen eine gute Wahl.

Das wachsende Interesse von Geschäftsreisenden an Mikromobilitätsoptionen wie E-Scootern und E-Bikes/Leihfahrrädern spiegelt einen allgemeinen Trend zu nachhaltigen und flexiblen Transportmöglichkeiten wider. Etwa zwei von fünf Geschäftsreisenden (in einigen Ländern sogar noch mehr) sind daran interessiert, E-Scooter zu mieten, und mehr als die Hälfte ist an Leihfahrrädern interessiert, wenn sie geschäftlich unterwegs sind.

Es ist jedoch wichtig zu wissen, dass, während das Interesse der Reisenden an diesen Optionen wächst, viele Unternehmen noch nicht in der Lage sind, mit diesen neuen Verkehrsformen Schritt zu halten.

Die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel auf Geschäftsreisen ist bei europäischen Geschäftsreisenden weit verbreitet und spiegelt das Bedürfnis nach Flexibilität und Bequemlichkeit bei der Fortbewegung innerhalb einer Stadt oder Region wider.

Durch die Kombination verschiedener Verkehrsmittel können Reisezeit und -kosten optimiert und das Reiseerlebnis insgesamt verbessert werden. **Im Durchschnitt geben 65% der Geschäftsreisenden an, dass sie auf ihrer letzten Geschäftsreise mehrere Verkehrsmittel am Boden genutzt haben.** Dies ist ein Anstieg gegenüber der 2020-Studie, in der nur etwa die Hälfte der Geschäftsreisenden angab, auf ihrer letzten Dienstreise mehrere Verkehrsmittel genutzt zu haben.



WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHÄFTSREISENDE?

»» WERDEN „MOBILITÄTSPLATTFORMEN“ DEN UNTERNEHMEN HELFEN, DAS „TRANSPORTPUZZLE“ ZU LÖSEN?

EUROPÄISCHE GESCHÄFTSREISENDE NUTZEN MEHRERE UND UNTERSCHIEDLICHE TRANSPORTMÖGLICHKEITEN

Zwei Drittel der Geschäftsreisenden in Europa (65 %) nutzten auf ihrer letzten Dienstreise mehrere Verkehrsmittel. Im Durchschnitt waren dies 2,6 verschiedene Verkehrsmittel.

Ein Reisender könnte mit dem Fernzug in seine Zielstadt fahren, ein Taxi zu seinem Hotel nehmen und mit dem Fahrrad, dem E-Scooter oder dem Bus zum Abendessen in ein nahe gelegenes Restaurant fahren. Außerdem ist kein einzelner Modus vorherrschend. Von neun getesteten Verkehrsmitteln wurden fünf von mindestens einem Drittel der Geschäftsreisenden auf ihrer letzten Dienstreise genutzt.

DAS „TRANSPORTPUZZLE“ AM BODEN

Die Geschäftsreisebranche hat erhebliche Anstrengungen unternommen, um der „Fragmentierung des Reisens“ entgegenzuwirken, d.h. die Notwendigkeit, Reisen über mehrere Plattformen oder Quellen zu buchen und auf reisebezogene Daten zuzugreifen.

Buchungen bei Anbietern von Privatunterkünften (z. B. Airbnb oder Vrbo) können häufig über dieselben Online-Buchungsmaschinen (OBE) vorgenommen werden, die auch von Arbeitnehmern für Hotelbuchungen genutzt werden. Zunehmend können auch Billigfluggesellschaften über OBEs gebucht werden.

Der Bodenverkehr bleibt jedoch ein Puzzle. Er wird in den meisten Fällen über verschiedene Plattformen gebucht. Die Fragmentierung des Bodentransports stellt Arbeitnehmer*innen und Unternehmen vor Herausforderungen.

WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHÄFTSREISENDE?

»» WERDEN „MOBILITÄTSPLATTFORMEN“
DEN UNTERNEHMEN HELFEN,
DAS „TRANSPORTPUZZLE“
ZU LÖSEN?

DIE HERAUSFORDERUNG FÜR ARBEITNEHMER*INNEN

Die Fragmentierung des Verkehrs schmälert die Erfahrungen der Fahrgäste. Vergleiche können schwierig und zeitaufwändig sein. Angenommen, es muss von einem Hotel zu einem Geschäftstreffen gefahren werden..

Sie entscheiden, ob per Bus, Taxi, oder privaten Fahrdienst oder per Leihfahrrad. Möglicherweise müssen Preise und Verfügbarkeit auf mehreren Websites oder Apps recherchiert werden bevor eine Entscheidung möglich ist. Möglicherweise sind für den Kaufabschluss eines Bustickets und eines Leihfahrrads separate Apps nötig und im schlimmsten Falle werden Zahlungsinformationen zweimal eingeben.

Schließlich kann auch die Reisekostenabrechnung eine Herausforderung darstellen. Möglicherweise müssen sie auf mehrere Anwendungen zugreifen und eine Vielzahl von Ausgabendaten manuell eingeben.



WELCHE VERKEHRSMITTEL BEVORZUGEN GESCHÄFTSREISENDE?

»» WERDEN „MOBILITÄTSPLATTFORMEN“ DEN UNTERNEHMEN HELFEN, DAS „TRANSPORTPUZZLE“ ZU LÖSEN?

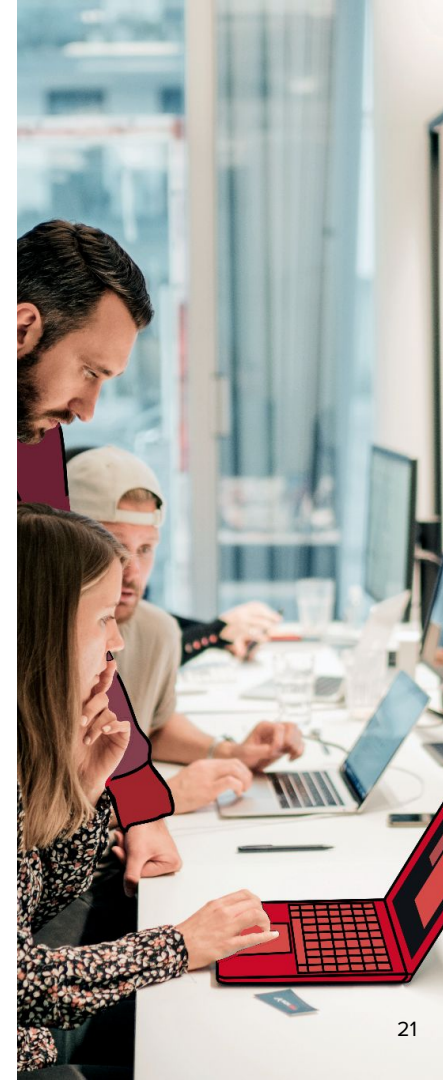
DIE HERAUSFORDERUNG FÜR UNTERNEHMEN

Die Fragmentierung des Verkehrs schadet auch den Unternehmen. Sie macht es schwierig, den vollen Umfang der Geschäftsreiseausgaben eines Unternehmens zu erfassen. Unternehmen müssen möglicherweise Daten aus verschiedenen Quellen, wie z. B. Autovermietungen und OBEs, manuell kombinieren, um ein vollständiges Bild zu erhalten. Im Gegensatz zu Anbieter- oder Buchungsdaten müssen sie sich daher auf Kostendaten verlassen, die jedoch Auslassungen und begrenzte Details oder Granularität aufweisen können. Unternehmen müssen unter Umständen mehrere Buchungsplattformen für verschiedene Arten von Bodentransporten einrichten (und ihre Mitarbeiter*innen in deren Nutzung schulen).

Eine wachsende Zahl von Mobilitätsplattformen ermöglicht es den Mitarbeitenden, verschiedene Verkehrsmittel an einem Ort zu buchen. Dazu gehören herkömmliche Taxis, private Fahrdienste, Mietwagen, Carsharing, E-Scooter und Fahrräder.

Dies könnte es den Arbeitnehmer*innen erleichtern, verschiedene Optionen zu vergleichen und Reisen mit mehreren Verkehrsmitteln zu buchen. Es könnte auch die Reisekostenabrechnung vereinfachen - vor allem, wenn die Daten automatisch in Abrechnungssysteme importiert werden - und den Unternehmen einen konsolidierten Überblick über ihre

Ausgaben für verschiedene Transportmittel geben. Unternehmen können auch mit einem einzigen Anbieter über mehrere Transportarten gleichzeitig verhandeln. Dies könnte den Zeitaufwand für Verhandlungen und Rechnungsprüfungen verringern. Mehr als die Hälfte der Travel Manager (53 %) sind daran interessiert, mit einem einzigen Anbieter über mehrere Transportarten zu verhandeln.



AUŞWAHL DER VERKEHRSMITTEL: PRIORITÄTEN, STÄRKEN UND SCHWACHSTELLEN



Die Sichtweise des Travel Managers

Die wichtigsten Prioritäten von Travel Managern für ihr Verkehrsmittel-Programm % in den Top 3 (von 7)



Europäische Travel Manager haben erkannt, dass es mehrere Kriterien für die Auswahl der Verkehrsmittel gibt. Ganz oben auf der Liste der Travel Manager steht die Sicherheit der Reisenden bzw. die Sorgfaltspflicht (68 %), gefolgt von der Umsetzung von Richtlinien (51 %) und Kosteneinsparungen (50 %). Bemerkenswert ist auch, dass Nachhaltigkeit (44 %) und die Zufriedenheit der Reisenden (35 %) eine höhere Priorität haben als die Transparenz der Berichte/Ausgaben (26 %) und das Ausgabenmanagement (25 %).

Die Rangfolge der Prioritäten spiegelt die Komplexität der Verwaltung von Geschäftsreisen wider. Travel Manager müssen häufig ein Gleichgewicht zwischen der Gewährleistung der Sicherheit der Reisenden, der Durchsetzung von Richtlinien, der Kostenkontrolle, der Förderung der Nachhaltigkeit und der Steigerung der Zufriedenheit der Reisenden finden. Die relativ niedrige Priorität, die der Berichterstattung und dem Kostenmanagement eingeräumt wird, könnte darauf hindeuten, dass diese Bereiche bereits gut etabliert sind oder als Instrumente zur Unterstützung der allgemeinen Ziele Sicherheit, Einhaltung von Richtlinien und Kosteneinsparungen angesehen werden.

F: Wenn Sie ganz allgemein an die Programme für Verkehrsmittel Ihres Unternehmens denken, was wären die wichtigsten Prioritäten? Bitte ordnen Sie diese in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit, wobei 1 = am wichtigsten und 7 = am wenigsten wichtig ist. (n=111)

AUSWAHL DER VERKEHRSMITTEL: PRIORITÄTEN, STÄRKEN UND SCHWACHSTELLEN

Die Prioritäten von Geschäftsreisenden bei der Auswahl von Transportmitteln zu verstehen, ist für Travel Manager von entscheidender Bedeutung, um Richtlinien zu entwerfen, die das Gesamterlebnis der Mitarbeiter*innen auf Dienstreisen verbessern.

Die ermittelten Prioritäten, darunter Sicherheit, Komfort, einfache Buchung und Bequemlichkeit, liefern wertvolle Erkenntnisse darüber, was den Reisenden am wichtigsten ist.

Interessant sind die Unterschiede in der Priorität der Sicherheit zwischen den verschiedenen Märkten, wobei irische und deutsche Reisende etwas weniger Wert auf Sicherheit legen. Dies kann auf ein unterschiedliches Sicherheitsempfinden in den verschiedenen Regionen oder auf Unterschiede in der Art und Weise zurückzuführen sein, wie Reisende Sicherheitsbelange bewerten und ihnen Priorität einräumen.












AUSWAHL DER VERKEHRSMITTEL: PRIORITÄTEN, STÄRKEN UND SCHWACHSTELLEN



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Bedeutung verschiedener Prioritäten
bei der Wahl der Verkehrsmittel auf
Geschäftsreisen

(% wichtig + sehr wichtig)

| |  |  |  |  |  |  |  |
|---|--|---|---|---|---|---|---|
| Sicherheit | 91% | 84% | 91% | 91% | 90% | 91% | 86% |
| Komfort | 81% | 87% | 87% | 90% | 89% | 92% | 83% |
| Einfache Buchung | 81% | 88% | 78% | 79% | 92% | 90% | 87% |
| Bequemlichkeit | 79% | 87% | 79% | 84% | 86% | 94% | 85% |
| Unkomplizierte Zahlungs- / Reisekostenabrechnungen | 74% | 86% | 80% | 88% | 86% | 88% | 81% |
| Einhaltung der Richtlinien | 78% | 78% | 78% | 83% | 83% | 80% | 82% |
| Nachhaltigkeit | 75% | 80% | 72% | 84% | 81% | 74% | 71% |
| Kosteneinsparungen für mein Unternehmen | 76% | 80% | 76% | 78% | 80% | 75% | 74% |

F: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden
Prioritäten bei der Wahl eines
Verkehrsmittels auf
Geschäftsreisen?.(n=736-740)










AUSWAHL DER VERKEHRSMITTEL: PRIORITÄTEN, STÄRKEN UND SCHWACHSTELLEN



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Wenn Sie an die jüngsten globalen Ereignisse denken, welche der folgenden Ereignisse hatten die größten Auswirkungen auf Ihre Geschäftsreisen?

| |  |  |  |  |  |  |  |
|---|--|---|---|---|---|---|---|
| Kostensteigerung durch Preisanstiege in Treibstoff / Elektrizität | 57% | 49% | 38% | 53% | 50% | 66% | 43% |
| Budgetkürzungen / Entlassungen | 23% | 24% | 35% | 18% | 24% | 15% | 31% |
| Personalmangel, der zu Mangel oder Stornierung an Reisen führt | 14% | 15% | 24% | 18% | 13% | 11% | 25% |
| Andere | 0% | 1% | 0% | 3% | 1% | 0% | 0% |
| Kein äußerer Einfluss hat unsere Reiserichtlinie beeinflusst | 6% | 11% | 3% | 8% | 12% | 8% | 1% |

F: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Prioritäten bei der Wahl eines Transportmittels auf Geschäftsreisen? (n=736-740)

AUSWAHL DER VERKEHRSMITTEL: PRIORITÄTEN, STÄRKEN UND SCHWACHSTELLEN

Auch globale Ereignisse spielen eine Rolle, wenn es um die Auswirkungen auf den Geschäftsreiseverkehr geht. So erkennen Geschäftsreisende, insbesondere aus Polen (66 %) und Frankreich (57 %), eher die Auswirkungen steigender Kraftstoff- und Benzinpreise auf Geschäftsreisen als Reisende im Vereinigten Königreich (38 %) und Irland (43 %).

Britische (35 %) und irische (31 %) Geschäftsreisende geben jedoch im Vergleich zu Reisenden in anderen Märkten eher an, dass Budgetkürzungen und Personalabbau sowie Personalengpässe (24 % bzw. 25 %) ihre Reisen beeinträchtigen.

Insgesamt unterstreichen diese Daten, wie Marktfaktoren und wirtschaftliche Bedingungen beeinflussen können, wie Geschäftsreisende Herausforderungen im Zusammenhang mit ihren Reiseerfahrungen wahrnehmen und darauf reagieren. Außerdem wird deutlich, wie wichtig es ist, die besonderen Anliegen und Prioritäten der Reisenden in den verschiedenen Märkten zu verstehen, wenn es um die Verwaltung von Geschäftsreiseprogrammen oder die Ausarbeitung von reisebezogenen Entscheidungen geht.





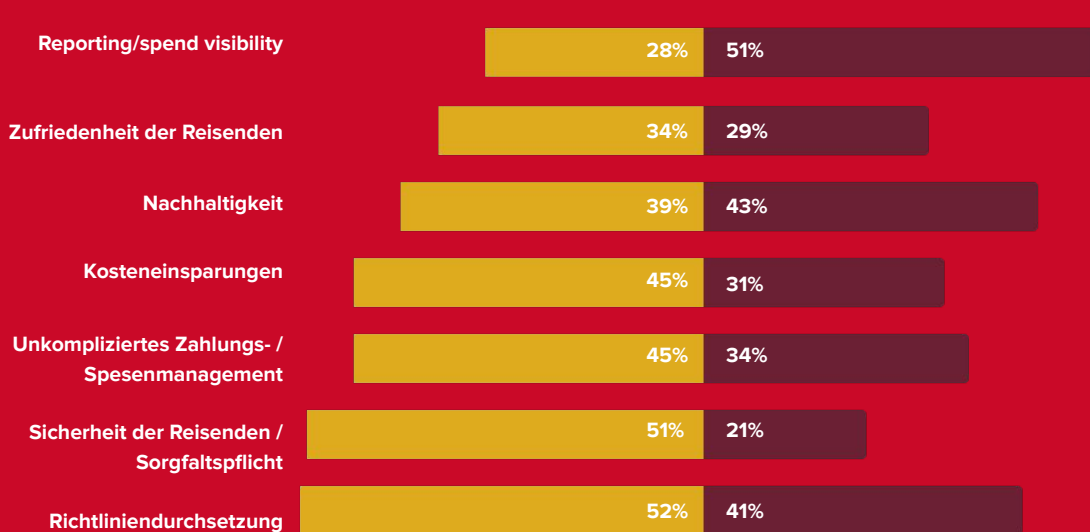
AUSWAHL VON VERKEHRSMITTELN: PRIORITÄTEN, STÄRKEN UND SCHWACHSTELLEN



Die Sichtweise des Travel Managers

Vorteile des Bodentransports
% in den Top 3 (von 7)

Schwachstellen des Bodentransports
% in den Top 3 (von 7)



F: Wenn Sie ganz allgemein an die Programme für Bodentransport Ihres Unternehmens denken, was wären die drei größten Vorteile? Wählen Sie bis zu 3 Optionen aus. (n=116)

F: Wenn Sie ganz allgemein an die Programme für Bodentransport Ihres Unternehmens denken, was wären die drei größten Schwachstellen? Wählen Sie bis zu 3 Optionen aus. (n=110)

Europäische Travel Manager nennen mehrere Stärken (und Schwachstellen) ihres Bodentransportprogramms.

Zu den am häufigsten genannten Stärken gehören (von sieben möglichen Optionen) die Durchsetzung von Richtlinien (52 %), die Sicherheit der Reisenden/die Sorgfaltspflicht (51 %), Kosteneinsparungen (45 %) und ein unkompliziertes Zahlungs- / Spesenmanagement (45 %).

Allerdings erkennen die Travel Manager auch, dass es Herausforderungen oder Probleme mit ihrem Programm gibt. Zu den drei häufigsten Problemen (von sieben möglichen) gehören die Zufriedenheit der Reisenden (57 %), die Reporting-/Kostentransparenz (51 %) und die Nachhaltigkeit (43 %). Es ist bemerkenswert, dass in der Studie 2020 die Reporting-/Kostentransparenz ebenfalls zu den drei größten Problemen gehörte, aber nur 40 % der Travel Managern nannten dies als eine Herausforderung. Dieser Anstieg könnte darauf zurückzuführen sein, dass im Jahr 2023 mehr Geschäftsreisen stattfinden als im Jahr 2020 und somit mehr Berichte und Kostentransparenz erforderlich sind.

AUSGABEN FÜR BODENTRANSPORTMITTEL

Im Gegensatz zu den anderen Geschäftsreiseausgaben verteilen sich die Ausgaben für den Bodentransport auf mehrere Verkehrsmittel, wodurch sich der prozentuale Anteil der Ausgaben verändert.

Die Frage nach dem prozentualen Anteil der Unternehmensausgaben für den Bodentransport nach Kategorien ergab, dass etwa ein Drittel der Ausgaben für den Bodentransport auf öffentliche Verkehrsmittel (30 %) und etwa ein Viertel (27 %) auf Mietwagen entfallen. Etwa 20 % der Ausgaben entfallen auf herkömmliche Taxis und 14 % auf private Mietfahrzeuge.

Zum Vergleich: In der Studie 2020 wurden im Durchschnitt nur 16% der Ausgaben für den Bodentransport für öffentliche Verkehrsmittel und 18% für private Mietwagen aufgewendet.

Die Verlagerung hin zu mehr Ausgaben für öffentliche Verkehrsmittel und der entsprechende Rückgang der Ausgaben für Mietwagen und private Mietfahrzeuge lässt auf verstärkte Bemühungen um Nachhaltigkeit bei Reiseprogrammen schließen. Dieser Trend kann auch durch Faktoren wie die Regierungspolitik zur Förderung des öffentlichen Verkehrs und eine Verschiebung der Präferenzen der Reisenden hin zu nachhaltigeren Angeboten beeinflusst werden.

Auf die Frage nach den Ausgaben für Bodenverkehr im Vergleich zu 2019 gab die Hälfte (50 %) der europäischen Travel Manager an, dass die Ausgaben ihres Unternehmens für den Personenfernverkehr mit der Bahn und für den Personenverkehr mit der Bahn (49 %) gestiegen sind. Darüber hinaus sind die gemeldeten Ausgaben für Mietwagen (29 %), herkömmliche Taxis (29 %) und private Mietfahrzeuge (25 %) im Vergleich zu 2019 geringer, was auf eine Verlagerung hin zu nachhaltigeren Optionen hindeutet.

Insgesamt unterstreichen diese Ergebnisse die wachsende Bedeutung der Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen und spiegeln ein breiteres Engagement für die Reduzierung von Emissionen und die Förderung verantwortungsvoller Reisepraktiken in Unternehmen wider.





»» VOM FLUGZEUG ZUR BAHN: NACHHALTIGKEIT VERÄNDERT DEN BODENTRANSPORT IN EUROPA

EUROPA RÄUMT DER NACHHALTIGKEIT PRIORITÄT EIN

In Europa prägen Nachhaltigkeitsaspekte die Zukunft der Geschäftsreisen.

Eine im letzten Jahr veröffentlichte GBTA-Studie gibt Aufschluss über diese Dynamik. Zwei Drittel (64 %) der in Europa ansässigen Travel Manager geben an, dass Nachhaltigkeit eine „wichtige Priorität“ oder die „höchste Priorität“ für ihr Reiseprogramm ist. Dieser Meinung schließt sich ein Drittel (33 %) der in Nordamerika ansässigen Travel Manager an. Diese Prioritäten haben sich schnell in Verpflichtungen verwandelt. In der gleichen Studie gab fast die Hälfte der in Europa ansässigen Travel Manager (46 %) an, dass ihr Unternehmen ein Ziel zur Reduzierung der Kohlenstoffemissionen speziell für Geschäftsreisen hat.

Dabei handelt es sich um konkrete Verpflichtungen zur Reduzierung der Emissionen von Geschäftsreisen um einen bestimmten Betrag (z. B. 50 % Reduzierung bis 2025 oder Klimaneutralität bis 2030). Nur 14 % der nordamerikanischen Travel Manager geben an, dass ihr Unternehmen eine solche Verpflichtung hat.



46%



14%

AUSGABEN FÜR BODENTRANSPORTMITTEL

))) VOM FLUGZEUG ZUR BAHN: NACHHALTIGKEIT VERÄNDERT DEN BODENTRANSPORT IN EUROPA

Nachhaltigkeit hat die Art und Weise, wie Unternehmen den Bodentransport auf Geschäftsreisen planen, verändert. Die in Europa ansässigen Travel Manager wurden befragt, wie sich die Ausgaben ihres Unternehmens für die verschiedenen Transportmittel im Vergleich zum Stand vor COVID (2019) entwickelt haben.

Obwohl die Ausgaben für verschiedene Verkehrsmittel gestiegen sind, ist der Anstieg für Bahnreisen besonders hoch. Die Hälfte der Travel Manager (50 %) gibt an, dass ihr Unternehmen heute mehr für Fernreisen mit der Bahn ausgibt als vor der Pandemie. Nur 14 % geben an, dass ihr Unternehmen weniger Geld für den Schienenfernverkehr ausgibt.

Diese Zahlen werden noch zusätzlich verstärkt: Aus der GBTA Business Travel Outlook-Umfrage vom April hervor, bei der in Europa ansässige Travel Manager schätzten, dass die Inlandsbuchungen ihrer Unternehmen im Durchschnitt bei 65 % und die internationalen Buchungen bei 64 % des Niveaus vor COVID liegen.

Es ist sehr wahrscheinlich, dass europäische Unternehmen für eine beträchtliche Anzahl von Geschäftsreisen, für die sie früher das Flugzeug gewählt hätten, jetzt auf die Bahn umsteigen.

Dieser Umstieg wird durch die jüngsten Gesetze in einigen Ländern beschleunigt, die bestimmte kommerzielle Kurzstreckenflüge verbieten.



AUSGABEN FÜR BODENTRANSPORTMITTEL

»»» VOM FLUGZEUG ZUR BAHN: NACHHALTIGKEIT VERÄNDERT DEN BODENTRANSPORT IN EUROPA

DER VORTEIL DES SCHIENENVERKEHRS

Obwohl der Kohlenstoff-Fußabdruck einer Geschäftsreise von verschiedenen Variablen abhängt, haben Bahnreisen in der Regel deutlich geringere Auswirkungen als Flugreisen. Ein BBC-Artikel aus dem Jahr 2019 enthält einige Beispiele. In dem Artikel geht es um eine Reise von London nach Madrid. Nach den in dem Artikel zitierten Schätzungen von EcoPassenger wird eine Zugfahrt voraussichtlich 43 kg CO₂-Emissionen verursachen, was etwa 36 % der Emissionen entspricht, die normalerweise bei einem Flug entstehen. Damit wird jedoch nicht das gesamte Ausmaß der Unterschiede erfasst. Flugzeuge setzen auch eine große Menge an Nicht-CO₂-Gasen – wie z. B. Distickstoffoxid – in großen Höhen frei, wo sie sich leicht in der Atmosphäre festsetzen und wesentlich zur globalen Erwärmung beitragen können, heißt es in dem Artikel.

Quellen: GBTA, GBTA Business Travel Recovery Umfrageergebnisse – 26. April 2023.
Alexandria, VA: GBTA, 2023. GBTA, The Journey to More Sustainable Corporate Travel and Meetings Management Programs. Alexandria, VA:



RIDE-HAILING-TECHNOLOGIE

Mit Hilfe von Ride-Hailing-Apps können Arbeitnehmer*innen Taxis, Mietfahrzeuge oder Limousinen mit einem Klick auf ihrem Smartphone bestellen.

Die 2009 eingeführten Apps wurden von Verbraucher*innen weltweit schnell angenommen. Im Geschäftsreisebereich dauerte die Einführung jedoch deutlich länger. Mittlerweile sind sie aber in den meisten Reiserichtlinien der Unternehmen weitgehend zugelassen und werden von den Mitarbeiter*innen auf Geschäftsreisen genutzt. Viele Unternehmen haben jedoch noch keine formelle Beziehung oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen.





»» DREI VARIANTEN VON RIDE-HAILING-APPS

In weniger als 15 Jahren hat die Ride-Hailing-Technologie den Bodentransport verändert. Diese Apps werden von Geschäftsreisenden sehr häufig genutzt. In jedem untersuchten Land nutzen mehr als drei von fünf Befragten diese Apps manchmal oder häufig auf Geschäftsreisen. Allerdings gibt es Unterschiede bei der Art des Bodentransports, den sie tatsächlich nutzen.

Während sich einige Apps auf eine bestimmte Art des Bodentransports konzentrieren, ermöglichen andere den Arbeitnehmer*innen die Buchung verschiedener Angebote.



Traditionelle Taxis:

Einige Ride-Hailing-Apps ermöglichen es Arbeitnehmern, herkömmliche lizenzierte Taxis zu bestellen. Dies sind im Wesentlichen die gleichen Taxis, die man auch auf der Straße oder am Taxistand anhält.



Fahrdienstvermittler:

Über einige dieser Apps können aber auch private Fahrdienstvermittler gebucht werden. Je nach Land ist für die Fahrer eine spezielle Lizenz erforderlich. Wohlgermerkt handelt es sich hierbei nicht um offizielle Taxis. In der Regel nutzen die Fahrer*innen Privatfahrzeuge, die nicht zu Taxis umgerüstet sind



Wagen mit Chauffeur / Premium-Transport:

Einige Apps ermöglichen es Arbeitnehmer*innen, Limousinen/Wagen mit Chauffeur zu bestellen



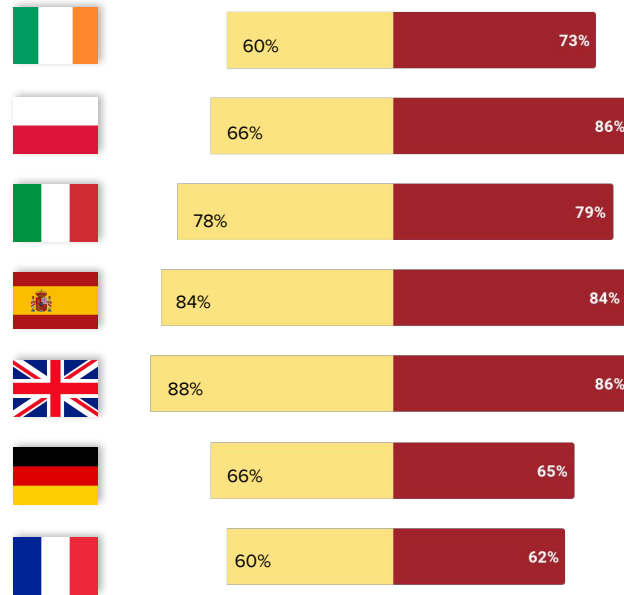
GESCHÄFTSREISENDE UND RIDE-HAILING-APPS



Die Sicht der Geschäftsreisenden

% der Geschäftsreisenden, die „oft“ oder „manchmal“ eine Ride-Hailing-App nutzen

- Im Privatleben
- Auf Dienstreisen



F: Wie oft nutzen Sie eine Ride-Hailing-App, wenn Sie nicht auf Geschäftsreisen sind? (n=104-112)

F: Wie oft nutzen Sie auf Geschäftsreisen eine Ride-Hailing-App? (n=102-112)

Geschäftsreisende nutzen verbreitet Ride-Hailing-Apps auf Reisen.

In jedem der sieben untersuchten europäischen Länder geben mindestens drei von fünf Geschäftsreisenden an, dass sie „manchmal“ oder „oft“ Ride-Hailing-Apps auf Geschäftsreisen nutzen. Der Anteil ist dabei im Vereinigten Königreich (86 %), in Polen (86 %) und in Spanien (84 %) höher als in Deutschland (65 %) und Frankreich (62 %).

Außerdem nutzen Geschäftsreisende diese Apps ähnlich häufig auf Geschäftsreisen und im Privatleben.

In fünf der sieben untersuchten Länder ist der Anteil der Reisenden, die Ride-Hailing-Apps zumindest gelegentlich auf Geschäftsreisen nutzen, ähnlich hoch wie der Anteil derer, die sie zumindest gelegentlich im Privatleben nutzen.

GESCHÄFTSREISENDE UND RIDE-HAILING-APPS

Die beiden Ausnahmen sind Polen und Irland, wo Geschäftsreisende diese Apps eher auf Dienstreisen als im Privatleben nutzen.

Im Vergleich zur GBTA-FREENOW-Umfrage von 2020 ist der Anteil der Geschäftsreisenden, die zumindest manchmal Ride-Hailing-Apps auf Geschäftsreisen nutzen:

Gestiegen

- Vereinigtes Königreich (86% im Vgl. zu 69%)
- Deutschland (65% im Vgl. zu 58%)
- Polen (86% im Vgl. zu 78%)

Unverändert

- Spanien (84% im Vgl. zu 87%)
- Irland (73% im Vgl. zu 74%)

Zurückgang

- Frankreich (62% im Vgl. zu 68%)





GESCHÄFTSREISENDE UND RIDE-HAILING-APPS



Die Sicht der Geschäftsreisenden

F. Wie wichtig sind die folgenden Funktionen einer Ride-Hailing-App?
(n=101-111)

% wichtig + sehr wichtig

| Unkomplizierte Buchung | 85% | 88% | 87% | 88% | 90% | 93% | 85% |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Kurze Wartezeiten / Verfügbarkeit von Fahrten | 86% | 82% | 84% | 82% | 87% | 88% | 83% |
| Kosten | 86% | 82% | 81% | 83% | 82% | 83% | 85% |
| Automatische Abrechnung von Fahrten über eine Firmenkreditkarte oder ein zentrales Firmenkonto | 77% | 70% | 78% | 81% | 79% | 79% | 70% |
| Automatisches Importieren von Belegen in die Spesenmanagement Plattform | 71% | 77% | 77% | 80% | 75% | 80% | 73% |
| Verschiedene Services über dieselbe App verfügbar (z. B. traditionelle Taxis, Fahrdienstvermittler, Fahrräder, Carsharing, usw.) | 70% | 76% | 70% | 78% | 82% | 76% | 69% |
| Nachhaltigkeit (z. B. die Möglichkeit, Elektrofahrzeuge zu buchen oder die Kohlenstoffemissionen meiner Fahrten zu verfolgen) | 77% | 72% | 70% | 72% | 76% | 77% | 67% |
| Durchsetzung von Richtlinien (d. h. nur Fahrten zu bestimmten Zeiten erlauben; nur Fahrten bei Fahrern anfragen, die den Sicherheitsstandards ihres Unternehmens entsprechen) | 67% | 70% | 71% | 74% | 73% | 75% | 72% |
| Nachverfolgung meines Aufenthaltsortes durch mein Unternehmen | 49% | 54% | 70% | 68% | 74% | 59% | 70% |

GESCHÄFTSREISENDE UND RIDE-HAILING-APPS

Geschäftsreisende halten verschiedene Funktionen von Ride-Hailing-Apps für wichtig. Von neun getesteten Merkmalen werden acht von mindestens zwei Dritteln der Reisenden als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ eingestuft.

Die wichtigsten Merkmale sind „Unkomplizierte Buchung“, „Kurze Wartezeiten/Verfügbarkeit von Fahrten“ und „Kosten“.

Geschäftsreisende schätzen jedoch auch Funktionen, die nur verfügbar sind, wenn ihr Unternehmen eine Kooperation oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen hat. Dazu gehören der automatische Import von Fahrten in Abrechnungssysteme und die Möglichkeit, die App so zu konfigurieren, dass sie Reiserichtlinien durchsetzt (z. B. nur Fahrten zu bestimmten Zeiten zulässt oder nur Fahrten von Fahrern anfordert, die den Sicherheitsstandards des Unternehmens entsprechen).

Europäische Geschäftsreisende legen bei der Nutzung von Ride-Hailing-Apps für geschäftliche Zwecke zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit und Kosteneffizienz.

Sie schätzen Funktionen, die es ihnen ermöglichen, umweltfreundliche Entscheidungen zu treffen, den Buchungsprozess zu rationalisieren, die Wartezeiten zu minimieren und die Kosten zu kontrollieren.

Andererseits sind Funktionen zur Verfolgung der Standorte der Reisenden und ein automatisches Spesenmanagement von geringerer Bedeutung.

Geschäftsreisende geben auch an, was ihnen an der Nutzung von Ride-Hailing-Apps auf Geschäftsreisen gefällt und was ihnen Sorgen bereitet. **An erster Stelle der Beliebtheitskala steht die Bequemlichkeit, gefolgt vom Preis und der Tatsache, dass man kein Bargeld benutzen muss.**

Reisende in Polen geben eher die Bequemlichkeit als das an, was sie an Ride-Hailing-Apps am meisten schätzen, während deutsche Reisende weniger häufig den Preis als Hauptmerkmal nennen. Darüber hinaus ist die Wahrnehmung der Sicherheit im Zusammenhang mit Ride-Hailing-Diensten bemerkenswert, was darauf hindeutet, dass die Apps als sicheres und zuverlässiges Transportmittel für Geschäftsreisende angesehen werden, insbesondere im Vergleich zu öffentlichen Verkehrsmitteln.





GESCHÄFTSREISENDE UND RIDE-HAILING-APPS



Die Sicht der Geschäftsreisenden

F. Was gefällt Geschäftsreisenden am besten an der Nutzung von Ride-Hailing Apps?

% in den Top 5 von 12 Möglichkeiten

| Bequemlichkeit | 44% | 56% | 48% | 49% | 48% | 62% | 51% |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Preis | 48% | 39% | 48% | 48% | 49% | 50% | 47% |
| Keine Bargeldzahlung erforderlich | 32% | 39% | 32% | 49% | 37% | 40% | 41% |
| Sicherer als öffentliche Verkehrsmittel | 33% | 33% | 39% | 45% | 36% | 39% | 36% |
| Fahrer*in kennt mein gewünschtes Ziel, selbst wenn ich nicht die Landessprache spreche | 33% | 38% | 25% | 38% | 29% | 45% | 35% |
| Belege werden digital ausgestellt, vereinfachte Abrechnung der Reisekosten | 38% | 35% | 30% | 35% | 39% | 30% | 28% |
| Mehr verfügbare Reiseoptionen auf Geschäftsreisen | 26% | 31% | 34% | 43% | 43% | 25% | 31% |
| Ich kann umweltfreundliche Fahrzeuge wählen | 33% | 28% | 35% | 36% | 34% | 29% | 33% |
| Fahrzeugtyp kann ausgewählt werden | 26% | 29% | 30% | 34% | 30% | 33% | 28% |
| Mein Unternehmen verfügt über eine vertragliche Bindung mit einem Ride-Hailing-Anbieter | 38% | 30% | 29% | 28% | 22% | 14% | 24% |
| Schafft Arbeitsplätze | 28% | 30% | 27% | 26% | 23% | 24% | 27% |
| Ich nutze es auch privat und kenne mich damit aus | 19% | 27% | 30% | 22% | 28% | 30% | 39% |

Trotz des hohen Komforts, den die Nutzung von Ride-Hailing Services auf Geschäftsreisen bietet, haben europäische Reisende auch einige Bedenken.

Sicherheit und Sauberkeit stehen bei der Nutzung von Ride-Hailing für Geschäftsreisen ganz oben auf der Prioritätenliste. Geschäftsreisende in Spanien geben mit größerer Wahrscheinlichkeit an, dass nicht zugelassene/ unversicherte Fahrer ein Hauptanliegen sind, ebenso wie Sauberkeit und die Tatsache, dass dies in ihrem Geschäftsreiseprogramm nicht erlaubt ist.





GESCHÄFTSREISENDE UND RIDE-HAILING-APPS



Die Sicht der Geschäftsreisenden

F. Was besorgt Sie am meisten daran, Ride-Hailing Services auf Geschäftsreisen zu nutzen?

Wählen Sie bis zu 5 Optionen aus (n=104-112).

Trotz des hohen Komforts der Nutzung von Ride-Hailing auf Geschäftsreisen haben die europäischen Reisenden auch einige Bedenken.

| Sicherheit | 57% | 42% | 50% | 65% | 47% | 52% | 53% |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Hygiene | 41% | 43% | 42% | 63% | 48% | 47% | 39% |
| Zunahme von Verkehrsaufkommen, Stau, Emissionen und Fahrzeugen auf der Straße | 50% | 40% | 42% | 32% | 33% | 38% | 42% |
| Nicht lizenzierte und / oder nicht versicherte Fahrer*innen | 38% | 31% | 34% | 52% | 34% | 43% | 36% |
| Datenschutzbedenken (DSGVO) | 37% | 38% | 37% | 44% | 37% | 37% | 32% |
| Schwierig, Fahrer*in bei einem Problem dem Unternehmen zu melden | 34% | 32% | 39% | 30% | 36% | 31% | 33% |
| Unzuverlässigkeit | 34% | 29% | 29% | 44% | 36% | 31% | 33% |
| Schlechte Bezahlung der Fahrer*in | 31% | 36% | 39% | 29% | 36% | 26% | 39% |
| Weniger Motivation, öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen | 29% | 29% | 29% | 24% | 25% | 32% | 36% |
| Nicht im Reiseprogramm des Unternehmens zugelassen | 27% | 23% | 25% | 37% | 21% | 21% | 20% |

RIDE-HAILING-VERWALTUNG



Die Sichtweise des Travel Managers

Bieten Reiseprogramme die Möglichkeit, Bodentransporte über eine Online-Buchungsmaschine vorzubestellen?

- Ja
- Nein
- Nicht bekannt



F: Bietet Ihr Reiseprogramm die Möglichkeit, die folgenden Arten von Bodentransportmitteln über eine Online-Buchungsmaschine (OBE) vorzubestellen? (n=110-116)



RIDE-HAILING-VERWALTUNG

Viele Reiseprogramme nutzen eine Vielzahl von technologischen Funktionen, um den Reisenden einen reibungslosen Ablauf bei der Organisation von Reisen zu ermöglichen.

Zum Beispiel können Online-Buchungsmaschinen (OBE) die Vorbestellung von Verkehrsmitteln ermöglichen, um den Reisenden die Arbeit zu erleichtern, während sie unterwegs sind.

In der Tat bieten sechs von sieben Reiseprogrammen die Möglichkeit, über eine Online-Buchungsmaschine Fahrten mit dem Zug (88 %) und Mietwagen (85 %) im Voraus zu buchen.

Die Wahrscheinlichkeit, dass andere Verkehrsmittel im Voraus gebucht werden können, ist jedoch geringer. Dazu gehören herkömmliche Taxis (33 %), Limousinen-/Chauffeurdienste (28 %), private Fahrdienstvermittler (25 %), Carsharing (13 %), öffentliche Verkehrsmittel (11 %) und Mikromobilitätsdienste (4 %).

Der Einsatz von Technologie, insbesondere von Online-Buchungsmaschinen, spielt eine wichtige Rolle bei der Erleichterung des Reisens für die Fahrgäste. Die Verfügbarkeit von Vorausbuchungsoptionen variiert jedoch je nach Art des Verkehrsmittels, wobei einige Optionen leichter im Voraus gebucht werden können als andere.

Reiseprogramme haben manchmal vertragliche Bindungen mit Ride-Hailing-Anbietern. Dadurch erhalten sie Zugang zu detaillierten Berichten oder interaktiven Dashboards und können Reiserichtlinien automatisch anwenden. Dies kann auch zur Rationalisierung der Zahlungs- und Spesenabrechnung beitragen.



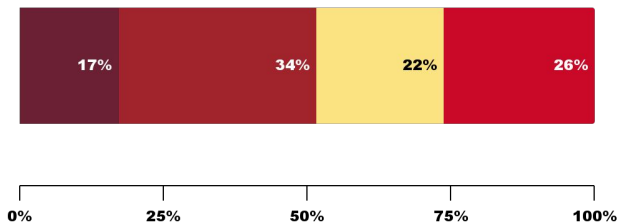
RIDE-HAILING-VERWALTUNG



Die Sichtweise des Travel Managers

Wie wahrscheinlich ist es, dass Reiseprogramme im nächsten Jahr eine vertragliche Bindung mit einem Ride-Hailing-Technologieunternehmen eingehen werden?

- Nicht bekannt
- Sehr unwahrscheinlich / Unwahrscheinlich
- Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich
- Wahrscheinlich / Sehr wahrscheinlich



F: Wie hoch schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass Ihr Reiseprogramm innerhalb des nächsten Jahres eine vertragliche Bindung mit einem Ride-Hailing-Technologieunternehmen eingehen wird?
Hinweis: Diese Frage wird nur Travel Managern angezeigt, die angeben, dass ihr Unternehmen keine formelle Beziehung, einen Vertrag oder ein Firmenkonto mit einem Ride-Hailing-Unternehmen hat

Nur die Hälfte der in Europa ansässigen Travel Manager (49 %) gibt an, dass ihr Unternehmen eine formelle Beziehung oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen hat. Diese Zahl ist unverändert gegenüber der GBTA-FREENOW-Umfrage vor drei Jahren (50 %).

Der Anteil der Reiseprogramme, die einen formellen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen haben, ist deutlich geringer als der Anteil derer, die einen Vertrag mit einem Mietwagenunternehmen (91 %) oder einem Anbieter von Personenzügen/Bahnen (80 %) haben, aber ähnlich hoch wie der Anteil derer, die einen Vertrag mit einem Limousinen-/Chauffeurunternehmen haben (50 %).

Von den Reiseprogrammen, die keine formelle Beziehung oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen haben, erwartet ein Viertel (26 %), dass sie innerhalb des nächsten Jahres eine solche Beziehung eingehen werden.

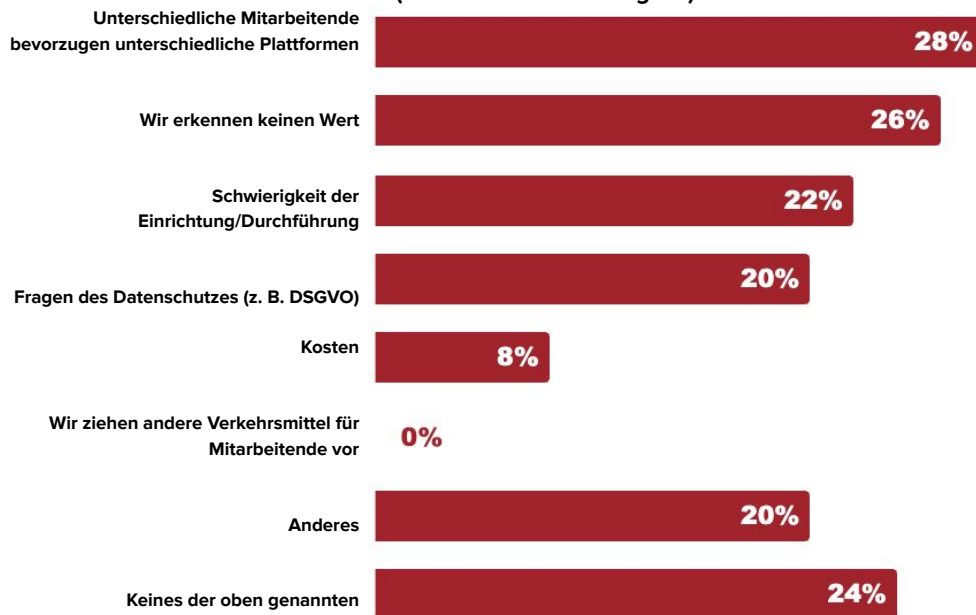


RIDE-HAILING-VERWALTUNG



Die Sichtweise des Travel Managers

Gründe, warum Reiseprogramme keine vertragliche Bindung mit einem Ride-Hailing-Technologieunternehmen haben (Mehrfachauswahl möglich)



F: Sie haben angegeben, dass Ihr Unternehmen über keine vertragliche Bindung mit einer Ride-Hailing-Plattform verfügt. Welche der folgenden Gründe treffen dafür zu? Wählen Sie alle zutreffenden Optionen aus (n=50).

Während die Hälfte der Reiseprogramme keine formale Beziehung oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen haben, sind die Gründe hierfür unterschiedlich.

Wir haben die Travel Manager, die angaben, dass in ihrem Unternehmen keine formelle Beziehung besteht, nach diesen Gründen gefragt. Aus fünf möglichen Gründen werden vier von mindestens einem von fünf Travel Managern genannt. Allerdings wird kein Grund von mehr als einem Drittel angegeben. Der am häufigsten genannte Grund ist der, dass verschiedene Mitarbeiter*innen unterschiedliche Ride-Hailing-Plattformen bevorzugen und die Unternehmen nur ungern vorschreiben, dass sie alle dieselbe Plattform nutzen.



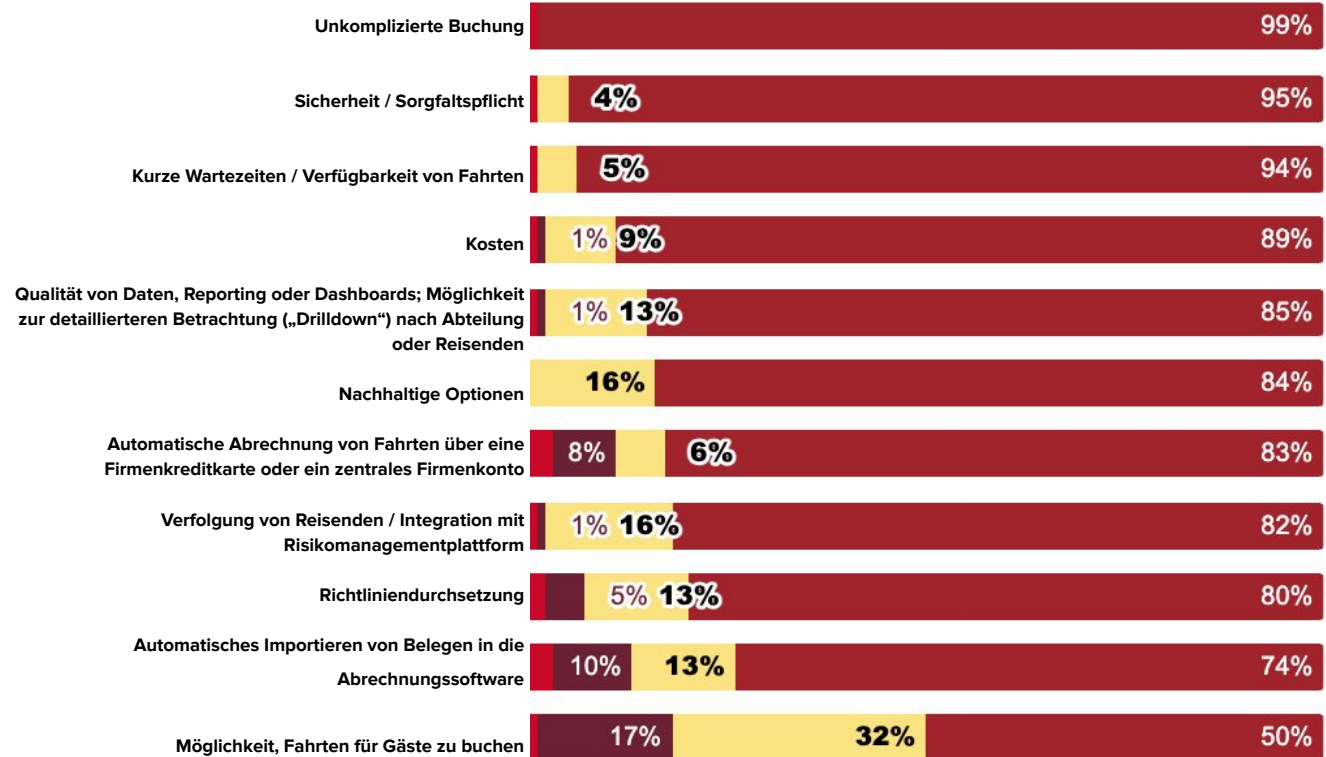
RIDE-HAILING-VERWALTUNG



Die Sichtweise des Travel Managers

Wie wichtig sind die folgenden Funktionen einer mobilen Ride-Hailing-App?

- Nicht bekannt
- Überhaupt nicht wichtig / Nicht wichtig
- Weder wichtig noch unwichtig
- Wichtig / Sehr wichtig



RIDE-HAILING-VERWALTUNG

Bei der Auswahl eines „bevorzugten“ Ride-Hailing-Partners gibt es für die Travel Manager eine Reihe von wichtigen Kriterien.

Neun von insgesamt elf getesteten Kriterien werden von mindestens vier von fünf Travel Managern als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ eingestuft. Im Allgemeinen geben Travel Manager den allgemeinen Funktionen der Anwendung oder des Dienstes den Vorzug vor den spezifischen Vorteilen, die sie aus einer formellen Beziehung ziehen würden.

Dies bedeutet, dass die Reiseprogramme zwar von den Vorteilen einer formellen Beziehung profitieren möchten - wie z. B. verbesserte Daten, Durchsetzung von Richtlinien und vereinfachte Reisekostenabrechnungen -, diese jedoch bei der Auswahl eines bestimmten Anbieters weniger wichtig sind als andere Faktoren wie einfache Buchung, Kosten und Verfügbarkeit von Reisen.



»» WAS SICH GESCHÄFTSREISENDE UND MANAGER WÜNSCHEN

Geschäftsreisende nutzen häufig Ride-Hailing-Plattformen. In jedem untersuchten europäischen Land geben mindestens drei von fünf Reisenden an, dass sie manchmal oder oft Ride-Hailing-Apps auf Geschäftsreisen nutzen. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Unternehmen die Ausgaben für Ride-Hailing-Anbieter „verwalten“. Die Hälfte der Travel Manager (49 %) gibt an, dass ihr Unternehmen über eine formelle Beziehung/Vertrag mit einem Ride-Hailing-Technologieunternehmen verfügt. Zwei von fünf (43 %) geben an, dass ihr Unternehmen keine formellen Beziehungen unterhält, und neun Prozent sind sich nicht sicher, ob dies der Fall ist. Es gibt mehrere Gründe, warum ein Unternehmen einen formellen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Anbieter abschließt. Geschäftsreisende und Travel Manager wurden gebeten, die Wichtigkeit der folgenden Gründe zu bewerten...





Daten:

Die Unternehmen erhalten von den Ride-Hailing-Anbietern Berichte/Dashboards. Dies kann ihnen helfen, die Einhaltung der Richtlinien zu überwachen und Einsparmöglichkeiten zu erkennen. Sie könnten nach Abteilungen oder sogar nach einzelnen Reisenden aufgeschlüsselt werden. Sie können sehen, wie viel ihr Unternehmen für verschiedene Verkehrsmittel wie herkömmliche Taxis, private Fahrdienstvermittler, E-Scooter und E-Bikes/Leihfahrräder ausgibt.

Fast neun von zehn Travel Managern (85 %) geben an, dass die Qualität von Daten, Berichten und Dashboards ein wichtiges Merkmal ist, wenn sie über eine formelle Beziehung zu einem Ride-Hailing-Technologieunternehmen nachdenken.



Rationalisierte Zahlungs-/Spesenberichte:

Wenn Unternehmen einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen haben, können sie ihre Zahlungen und Kostenabrechnungen rationalisieren. Das Unternehmen könnte eine einzige monatliche Rechnung bezahlen. Dies spart Zeit und reduziert die Verwaltungskosten für die Erstattung von Fahrten, die die Mitarbeiter*innen aus eigener Tasche bezahlen müssen. Drei Viertel der Geschäftsreisenden geben an, dass die automatische Abrechnung von Fahrten über eine Firmenkreditkarte oder ein zentrales Firmenkonto eine wichtige Funktion einer Ride-Hailing-Plattform ist. Noch mehr Travel Manager (83%) halten dies für eine wichtige Funktion. Darüber hinaus können Unternehmen Quittungen automatisch in Abrechnungssysteme wie SAP Concur und Amaedus Cytric importieren. Auch dies spart den Geschäftsreisenden Zeit beim Ausfüllen der Reisekostenabrechnung. Rund drei Viertel der Geschäftsreisenden und Travel Manager halten diese Funktion für wichtig.





Konfiguration der Richtlinien:

Unternehmen können eine Ride-Hailing-Plattform für die Durchsetzung von Reiserichtlinien konfigurieren.

Sie können unternehmensweite Richtlinien haben oder diese auf bestimmte Abteilungen oder Teams zuschneiden. Vier von fünf Travel Managern (80 %) geben an, dass die Durchsetzung von Richtlinien eine wichtige Funktion ist, wenn sie über eine formelle Beziehung zu einem Ride-Hailing-Technologieunternehmen nachdenken.

Überraschenderweise stimmen die Geschäftsreisenden dem zu. Drei Viertel der Geschäftsreisenden sagen, dass dies eine wichtige Funktion einer Ride-Hailing-App ist. Für Geschäftsreisende könnte es einfacher sein, wenn Unternehmen die Richtlinien automatisch mit Hilfe einer Technologie durchsetzen.



Sicherheit:

Eine formelle Beziehung kann beim Risikomanagement helfen. Reiseprogramme können Fahrten in Echtzeit über ein Unternehmens-Dashboard verfolgen. Sie können eventuell bestimmte Verkehrsmittel wie E-Scooter, Leihfahrräder oder private Fahrdienstvermittler einschränken. Eventuell können sie auch eine zusätzliche Versicherung abschließen. Nahezu alle Travel Manager (95 %) geben an, dass die Sicherheit bzw. die Sorgfaltspflicht ein wichtiges Kriterium ist, wenn sie über eine formelle Beziehung zu einer Ride-Hailing-Plattform nachdenken. Auch wenn die Verfolgung von Mitarbeiter*innen ein Problem für den Datenschutz darstellen kann, scheinen die meisten Angestellten dafür offen zu sein. Mehr als drei von fünf Geschäftsreisenden (63 %) geben an, dass es eine wichtige Funktion einer Ride-Hailing-App ist, dass ihr Unternehmen ihre Aufenthaltsorte verfolgen kann.

»» PROGRAMME FÜR TRANSPORT UND NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit an vorderster Front

Nachhaltigkeit ist eine der wichtigsten Prioritäten für Reiseprogramme. Die Travel Manager wurden gefragt, wie sich die Einstellung ihres Unternehmens zum Transport seit der Zeit vor der Pandemie (2019) verändert hat. Sie konnten nur eine Antwort wählen. Zwei von fünf (38 %) gaben an, dass ihr Programm stärker auf Nachhaltigkeit oder umweltfreundliche Fahrzeuge ausgerichtet ist. Dieser Prozentsatz ist höher als der Anteil derjenigen, die eine andere Antwort gewählt haben.

Wie können Unternehmen mit Partnern vor Ort zusammenarbeiten, um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen?

Ein effektiv verwaltetes Transportprogramm erleichtert es Unternehmen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Es gibt vor allem zwei Möglichkeiten:





Daten/Berichterstattung

Die Verfolgung der Emissionen ist nach wie vor eine große Herausforderung beim Bodentransport. Zwar geben drei Viertel der in Europa ansässigen Travel Manager (75 %) an, dass ihr Unternehmen die durch Geschäftsreisen verursachten Emissionen in irgendeiner Weise verfolgt, doch können die Schätzungen recht ungenau sein. Nur ein Viertel (27 %) verfolgt die Bodenemissionen und ist zuversichtlich, dass ihre Schätzungen umfassend und genau sind. Eine größere Zahl (48 %) verfolgt die Bodenemissionen, gibt aber an, dass ihre Schätzungen grob oder nicht umfassend sind.

Darüber hinaus gibt die Hälfte der Travel Manager (50 %) an, dass es schwieriger ist, die Emissionen des Bodenverkehrs zu verfolgen als die anderer Reisekategorien wie Flugverkehr oder Hotel. Hierfür gibt es mehrere Gründe. Die Bodenemissionen hängen von einer Reihe von Variablen ab.

Dazu gehören die zurückgelegte Strecke, der Fahrzeugtyp (z. B. Benzin- oder Elektrofahrzeug), die Fahrzeuggröße (z. B. Kleinwagen oder Mittelklassewagen) und sogar die Art der Fahrt (z. B. Stadtverkehr oder Autobahn). Für jede Fahrt kann eine ganze Reihe von Daten fehlen. Beispielsweise könnte ein Unternehmen wissen, dass ein Mitarbeiter 20 € für eine Taxifahrt ausgegeben hat, aber weder die gefahrene Strecke noch den Fahrzeugtyp kennen. Dies kann zu ungenauen oder gar keinen Schätzungen führen.

Eine formelle Beziehung zu einem Ride-Hailing-Anbieter kann Unternehmen Zugang zu genauen Emissionsdaten verschaffen. Unternehmen können auch nachverfolgen, wie oft Mitarbeitende Zugang zu genaueren Emissionsdaten haben, die die gefahrene Strecke, den Fahrzeugtyp und die Fahrzeuggröße berücksichtigen. Und Unternehmen können nachverfolgen, wie oft die Mitarbeiter*innen Elektroautos mieten oder Elektrotaxis benutzen, um sich Ziele für die Steigerung der Nutzung im Laufe der Zeit zu setzen.



Beeinflussung des Verhaltens von Reisenden

Ein Verwaltungsprogramm kann die Beeinflussung des Verhaltens erleichtern. Unternehmen können ihre Mitarbeiter*innen ermutigen, schadstoffarme Fahrzeuge zu wählen oder sogar die Benutzung von Fahrzeugen mit hohem Schadstoffausstoß einschränken. Unternehmen können ihre Online-Buchungsmaschine so konfigurieren, dass schadstoffarme Mietwagen gefördert werden, indem sie in den Suchergebnissen weiter oben angezeigt werden, oder sogar Fahrzeuge mit hohem Schadstoffausstoß ausblenden.

Wenn Unternehmen mit einem Ride-Hailing-Unternehmen zusammenarbeiten, können sie die Anwendung so konfigurieren, dass Taxis oder private Fahrdienstvermittler mit hohem Schadstoffausstoß eingeschränkt werden.



RIDE-HAILING-ZAHLUNG UND KOSTENERSTATTUNG

Geschäftsreisende nutzen Ride-Hailing-Apps häufig für Geschäftsreisen, aber die Art und Weise der Nutzung unterscheidet sich:

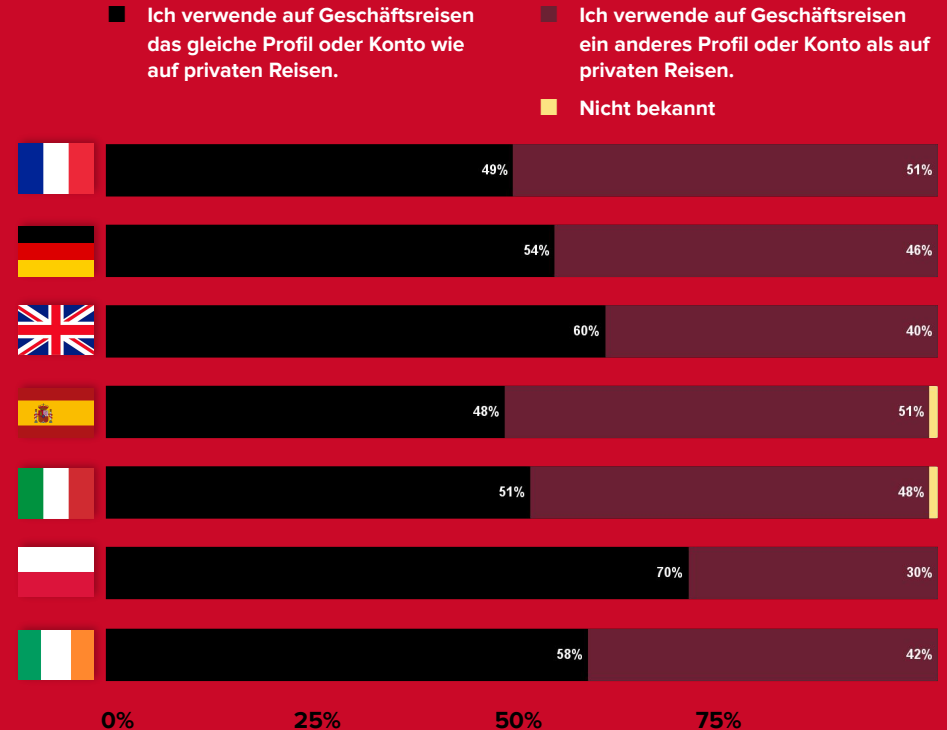
Wenn das Unternehmen eine Kooperation oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Anbieter hat, können die Mitarbeitenden ein separates „Business-only“-Profil einrichten. Dies ermöglicht eine automatische Trennung von privaten und geschäftlichen Fahrten und erleichtert die Abrechnung.

Geschäftsreisende sind sich dessen oft nicht bewusst. In sechs der sieben untersuchten Länder nutzt die Mehrheit der Geschäftsreisenden auf Dienstreisen dasselbe Profil wie privat - selbst wenn eine Kooperation mit einem Ride-Hailing-Anbieter besteht. Dies kann die Zahlungs- und Spesenabrechnung erschweren und die Qualität der Daten, die den Travel Managern zur Verfügung stehen, beeinträchtigen. Verantwortliche Travel Manager sollten daher erwägen, Anweisungen zur Einrichtung eines Geschäftskontos in die Reiserichtlinien oder in reisebezogene Schulungen aufzunehmen.



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Nutzen Geschäftsreisende auf Dienstreisen die gleichen oder andere Ride-Hailing-Profile?





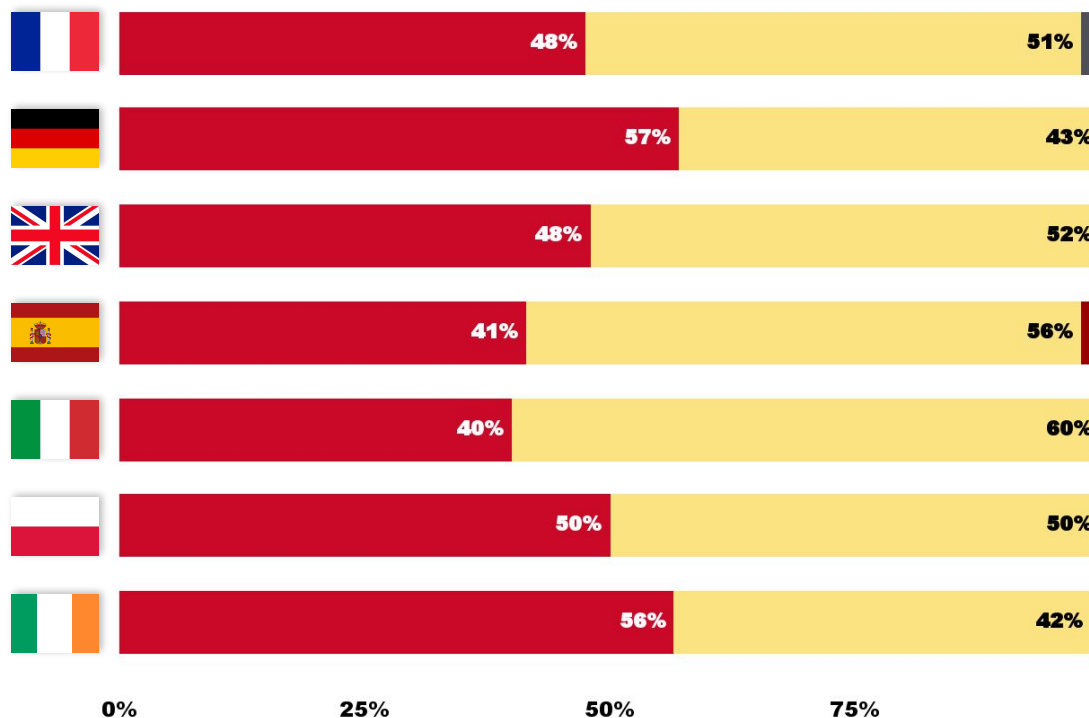
RIDE-HAILING-ZAHLUNG UND KOSTENERSTATTUNG



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Wie zahlen Geschäftsreisende typischerweise für Ride-Hailing auf Geschäftsreisen?

- Ich bezahle privat (z. B. mit meiner eigenen Kreditkarte) und erhalte eine Rückerstattung von meinem Unternehmen
- Ich verwende eine vom Unternehmen zur Verfügung gestellte Zahlungsmethode (z. B. eine Firmenkreditkarte oder ein zentrales Firmenkonto)
- Anderes
- Nicht bekannt



F: Was beschreibt am besten, wie Sie auf Geschäftsreisen für Fahrten bezahlen, die Sie über eine Ride-Hailing-App bestellt haben?

Hinweis: Die Frage wurde nur den Befragten angezeigt, die „oft“ oder „manchmal“ Ride-Hailing auf Geschäftsreisen nutzen (n=65-96).

RIDE-HAILING-ZAHLUNG UND KOSTENERSTATTUNG

Die Geschäftsreisenden sind geteilter Meinung darüber, wie sie für Ride-Hailing bezahlen. In allen untersuchten Ländern gibt eine relativ große Zahl - zwischen zwei und drei von fünf Arbeitnehmern - an, dass sie persönlich bezahlen (z. B. mit ihrer eigenen Kreditkarte) und sich die Kosten von ihrem Unternehmen erstatten lassen.

Ein möglicher Grund dafür ist, dass ihre persönliche Kreditkarte die Standardzahlungsmethode für ihr Ride-Hailing-Profil ist und sie keine Firmenkreditkarte besitzen, die Daten manuell eingeben oder manuell zwischen den Zahlungsmethoden wechseln müssen.

Travel Manager sollten in Erwägung ziehen, die Nutzung von Firmenzahlungen für Ride-Hailing zu fördern. Dies spart Zeit bei der Reisekostenabrechnung und senkt die Verwaltungskosten. Wenn Unternehmen eine formelle Beziehung zu einem Ride-Hailing-Anbieter haben, können sie eine monatliche Abrechnung beantragen, bei der das Unternehmen alle Fahrten der Mitarbeitenden mit einer einzigen Rechnung bezahlt.





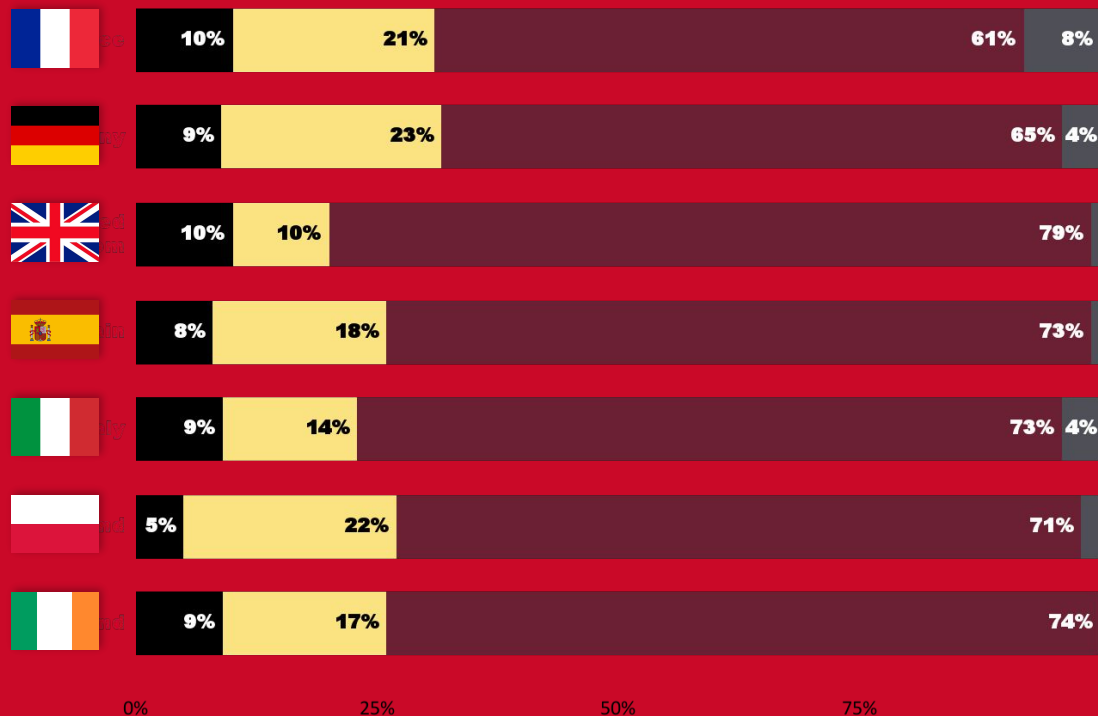
DATENSCHUTZ



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Sind Geschäftsreisende daran interessiert, dass ihr Unternehmen Daten über die Fahrten, die sie auf Dienstreisen unternommen haben, sammelt?

- Nicht interessiert / Überhaupt nicht interessiert
- Weder interessiert noch uninteressiert
- Interessiert / Sehr interessiert
- Nicht bekannt





DATENSCHUTZ

Einer der Hauptgründe für den Aufbau einer formalen Beziehung zu einem Ride-Hailing-Unternehmen ist die Verfügbarkeit besserer Daten. In einigen Fällen können die Unternehmen bis auf die Ebene der einzelnen Fahrgäste vordringen, um zu sehen, welche Fahrzeugtypen die Fahrgäste benutzen, welche Ziele sie ansteuern und zu welchen Zeiten sie unterwegs sind.

Diese Daten können beim Risikomanagement (d. h. bei der Verfolgung von Reisenden), bei der Optimierung von Programmen und bei der Durchsetzung von Richtlinien helfen. Gleichzeitig gibt es Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes. Travel Manager könnten Zugang zu mehr Daten haben, als den Mitarbeitenden lieb ist, und diese auf fragwürdige Weise nutzen. Beispielsweise könnte ein Unternehmen einen Mitarbeitenden fragen, warum er mitten in der Nacht eine Geschäftsreise unternommen hat.

Dennoch sind die meisten Geschäftsreisenden daran interessiert, dass ihr Unternehmen Daten über ihre Fahrten mit Ride-Hailing-Apps sammelt - auch wenn die Bereitschaft in Frankreich und Deutschland geringer ist als in den anderen befragten europäischen Ländern.

Die Bereitschaft der Reisenden, Daten weiterzugeben, könnte mehr Unternehmen dazu bewegen, mit Ride-Hailing-Anbietern zusammenzuarbeiten. Von den Travel Managern, die angaben, dass ihr Unternehmen derzeit keine formelle Beziehung oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Anbieter hat, wäre ein Drittel (33 %) daran interessiert, wenn die meisten Reisenden ihres Unternehmens der Erfassung von Daten über ihre Fahrten zustimmen würden.



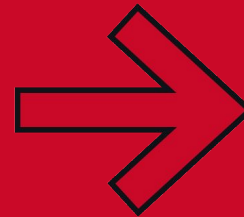
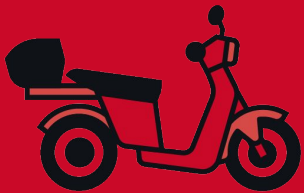
MOBILITÄTSANBIETER

Die Zahl der Verkehrsmittel hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Die Arbeitnehmer*innen werden mit einer schwindelerregenden Anzahl von Möglichkeiten für Kurzstreckenreisen konfrontiert. Dazu gehören herkömmliche Taxis, private Fahrdienste, öffentliche Busse und Bahnen, Mietwagen, Mietfahrräder, Carsharing oder Elektroroller.

Die Arbeitnehmer*innen sind in vielen Fällen auf verschiedene Anbieter angewiesen. Sie können zum Beispiel eine App nutzen, um ein Taxi zu bestellen, und eine andere, um einen privaten Fahrdienst zu bestellen. Sie können Mietwagen bei einem Anbieter buchen und Carsharing bei einem anderen. Für Reiseprogramme bedeutet dies Komplexität. Travel Manager müssen möglicherweise mit einer Reihe von Anbietern verhandeln.

Darüber hinaus müssen Reiseprogramme oft mit fragmentierten Daten umgehen. So können sie beispielsweise über verschiedene Arten von Grunddaten an unterschiedlichen Orten und in unterschiedlichen Formaten und mit unterschiedlicher Granularität verfügen, was es schwierig machen kann, die Programmleistung zu verstehen.

Ein Trend, der das Potenzial hat, diese Herausforderung zu mildern, ist der Anstieg der Mobilitätsanbieter. Eine wachsende Zahl von Unternehmen bietet mehrere Arten von Bodentransporten an. Einige Unternehmen bieten zum Beispiel Mietwagen, Carsharing und Limousinen an. Andere Unternehmen bieten private Fahrdienstvermittler/Fahrgemeinschaften, E-Scooter und Leihfahrräder an. Reiseprogramme können mit Anbietern für mehrere Bodentransportservices gleichzeitig verhandeln.



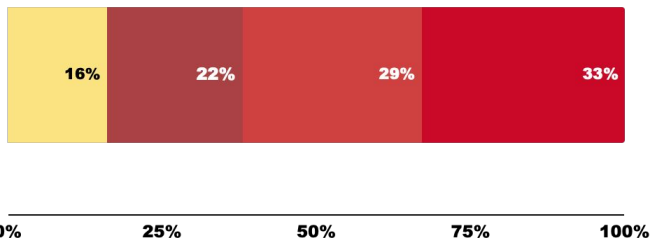


MOBILITÄTSANBIETER



Die Sichtweise des Travel Managers

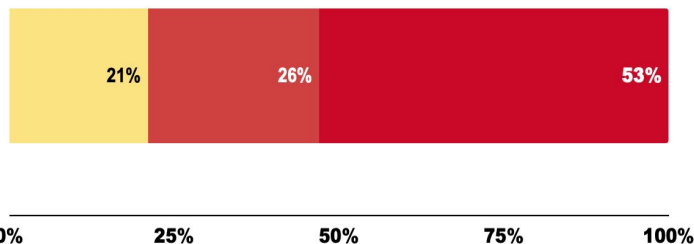
Wie groß wäre das Interesse von **Travel Managern** an einer formellen Beziehung zu einer Ride-Hailing-Technologieplattform, wenn die meisten ihrer Reisenden bereit wären, der Datenerfassung über ihre Fahrten zuzustimmen?



- Nicht bekannt
- Überhaupt nicht interessiert / Nicht interessiert
- Weder interessiert noch uninteressiert
- Interessiert / Sehr interessiert

F: Wären Sie an einem Vertrag oder einer formellen Beziehung mit einer Ride-Hailing-Technologieplattform interessiert, wenn die meisten Ihrer Reisenden bereit wären, der Erfassung von Daten über ihre Fahrten im öffentlichen Verkehr zuzustimmen? **Hinweis: Diese Frage wird nur Travel Managern angezeigt, die angeben, dass ihr Unternehmen keine formelle Beziehung, einen Vertrag oder ein Firmenkonto mit einem Ride-Hailing-Unternehmen hat oder nicht weiß, ob es eines hat. (n=51)**

Sind **Travel Manager** daran interessiert, mit demselben Anbieter einen Vertrag für mehrere Transportprodukte oder -dienstleistungen abzuschließen?



- Überhaupt nicht interessiert / Nicht interessiert
- Weder interessiert noch uninteressiert
- Interessiert / Sehr interessiert

F: Bitte bewerten Sie Ihr Interesse an einem Vertrag mit demselben Anbieter für mehrere Bodentransportprodukte oder -dienstleistungen (z. B. Mitfahrgelegenheiten, Taxis, E-Scooter, öffentlicher Nahverkehr, Flotte, Limousinen und Carsharing). (n=105)

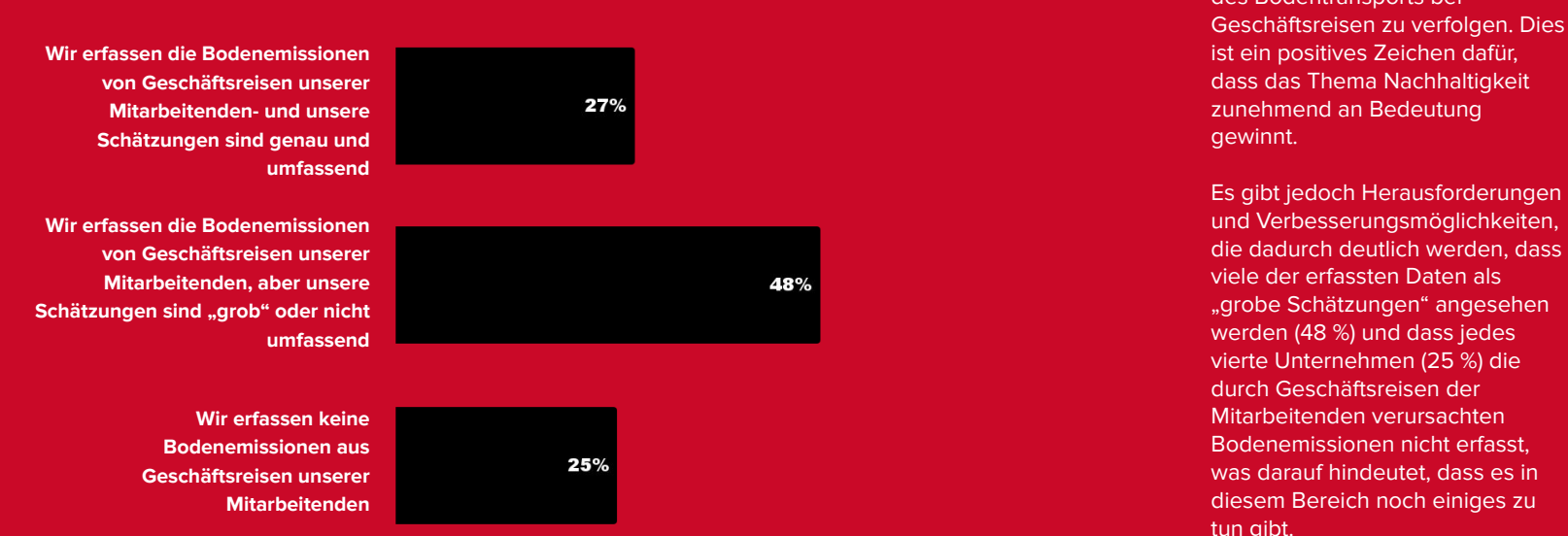
Die Hälfte der Travel Manager (53 %) ist daran interessiert, mit demselben Anbieter einen Vertrag für mehrere Transportprodukte oder -dienstleistungen abzuschließen. Jeder Fünfte (21 %) ist nicht interessiert, während ein Viertel (26 %) weder interessiert noch uninteressiert ist.



NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT



Die Sichtweise des Travel Managers



Erfassen Unternehmen derzeit die Emissionen, die durch den Bodentransport von Mitarbeitern auf Geschäftsreisen entstehen?

Drei von vier europäischen Travel Managern wissen, wie wichtig es ist, die Kohlendioxidemissionen des Bodentransports bei Geschäftsreisen zu verfolgen. Dies ist ein positives Zeichen dafür, dass das Thema Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Es gibt jedoch Herausforderungen und Verbesserungsmöglichkeiten, die dadurch deutlich werden, dass viele der erfassten Daten als „grobe Schätzungen“ angesehen werden (48 %) und dass jedes vierte Unternehmen (25 %) die durch Geschäftsreisen der Mitarbeitenden verursachten Bodenemissionen nicht erfasst, was darauf hindeutet, dass es in diesem Bereich noch einiges zu tun gibt.

F: Erfasst Ihr Unternehmen derzeit die Kohlenstoffemissionen, die durch den Bodentransport von Mitarbeitenden auf Geschäftsreisen entstehen? (n=110)

NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT

Während die Mehrheit der europäischen Reiseprogramme die durch den Transport auf dem Landweg verursachten Emissionen erfasst, gibt es in den Unternehmen unterschiedliche Ansätze zur Begrenzung oder Reduzierung der CO₂-Emissionen. Tatsächlich geben 52% der Travel Manager an, dass ihr Unternehmen sowohl einen kosten- als auch einen investitionsorientierten Ansatz zur Begrenzung oder Reduzierung der CO₂-Emissionen von Geschäftsreisen verfolgt.

21 % der Travel Manager berichten, dass ihr Unternehmen einen kostenorientierten Ansatz verfolgt, indem es die Mitarbeitenden anweist oder ermutigt, kraftstoffeffizientere und/oder elektrisch betriebene Fahrzeuge zu wählen, während weitere 22 % angeben, dass ihr Unternehmen keine nennenswerten Anstrengungen unternimmt, um die Emissionen aus dem Bodentransport der Mitarbeitenden zu reduzieren.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die Vielfalt der Ansätze, mit denen europäische Unternehmen die Emissionen aus dem Bodentransport bei Geschäftsreisen angehen. Während einige aktiv Nachhaltigkeitsziele verfolgen und umweltfreundlichere Verkehrsmittel fördern, messen andere diesem Aspekt weniger Bedeutung bei. Dies deutet darauf hin, dass es im europäischen Unternehmenssektor noch Raum für weiteres Wachstum im Bereich nachhaltiger Reisepraktiken gibt.





NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT

Sind Geschäftsreisende bereit, Opfer zu bringen, um die CO2-Emissionen des Transports auf Geschäftsreisen zu reduzieren? (% bereit + sehr bereit)

F: Bitte bewerten Sie Ihre Bereitschaft, Folgendes zu tun, um die CO2-Emissionen Ihres Transports auf Geschäftsreisen zu reduzieren (n=101-112)

| Ein kleineres Auto (z. B. einen Kleinwagen statt eines Mittelklassewagens) mieten | 68% | 80% | 69% | 64% | 74% | 70% | 68% |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Häufiger öffentliche Verkehrsmittel nutzen | 63% | 84% | 66% | 65% | 68% | 63% | 75% |
| Länger auf ein Elektro-Taxi warten | 53% | 70% | 68% | 62% | 63% | 46% | 59% |
| Einen E-Scooter, ein E-Bike (oder eine andere Art von Elektromobilität) anstatt einem Taxi nutzen | 54% | 61% | 61% | 55% | 61% | 54% | 63% |
| Mehr für ein Elektro-Taxi oder einen Mietwagen bezahlen | 48% | 65% | 63% | 51% | 58% | 42% | 63% |



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Haben Geschäftsreisende auf ihrer letzten Dienstreise umweltfreundliche Transportmittel genutzt? (% ja)

F: Wenn Sie an Ihre letzte Geschäftsreise denken, haben Sie...?
(n=101-112)
% = Yes

| Verkehrsmittel genutzt | 72% | 81% | 66% | 66% | 65% | 71% | 71% |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Ein Elektro-Taxi oder eine Mitfahrgelegenheit genutzt | 48% | 50% | 49% | 46% | 54% | 61% | 46% |
| Ein Elektroauto gemietet | 42% | 50% | 46% | 38% | 50% | 49% | 43% |
| Eine elektrische Limousine, einen Wagen mit Chauffeur oder ein privates Mietfahrzeug genutzt | 31% | 42% | 44% | 30% | 31% | 39% | 48% |
| Einen E-Scooter, ein E-Bike (oder eine andere Art der Mikromobilität) genutzt | 34% | 38% | 38% | 29% | 42% | 43% | 34% |

NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT

Die europäischen Geschäftsreisenden selbst sind bereit, Maßnahmen zu ergreifen, um die durch den Bodentransport verursachten CO₂-Emissionen zu verringern. So gibt die Mehrheit der Geschäftsreisenden an, dass sie bereit wären, ein kleineres Auto zu mieten oder häufiger öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen.

Vor allem Geschäftsreisende in Deutschland zeigen eine größere Bereitschaft, häufiger öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen, um ihre Kohlenstoffemissionen zu reduzieren. Gleichzeitig sind Geschäftsreisende in Deutschland, Irland und dem Vereinigten Königreich eher bereit, einen Aufpreis für ein elektrisches Taxi oder einen Mietwagen zu zahlen, während polnische Geschäftsreisende weniger bereit sind, dies zu tun.

Regionale Unterschiede in diesen Präferenzen spiegeln möglicherweise die lokale Infrastruktur, kulturelle Einstellungen und staatliche Anreize in Bezug auf Nachhaltigkeit wider. Die Förderung und Unterstützung nachhaltiger Entscheidungen kann dazu beitragen, den CO₂-Fußabdruck von Geschäftsreisen in Europa weiter zu verringern.

Bei der Frage, welche Transportmittel die Reisenden auf ihrer letzten Geschäftsreise genutzt haben, gab die Mehrheit öffentliche Verkehrsmittel an, gefolgt von der Nutzung eines Elektro-Taxis oder einer Mitfahrgelegenheit. Seltener geben europäische Geschäftsreisende an, eine elektrische Limousine, ein Auto mit Chauffeur, ein elektrisches Privatfahrzeug oder einen E-Scooter/ein E-Bike benutzt zu haben.

Die Daten deuten darauf hin, dass öffentliche Verkehrsmittel und Elektrotaxis oder Mitfahrgelegenheiten bei den europäischen Geschäftsreisenden auf ihren letzten Geschäftsreisen am beliebtesten waren.

Insgesamt zeigen die Reisenden eine Vorliebe für nachhaltigere und umweltfreundlichere Transportmöglichkeiten, was auf ein wachsendes Bewusstsein für die Umweltauswirkungen ihrer Reiseentscheidungen hindeutet. Die Förderung der Nutzung von Elektrofahrzeugen und öffentlichen Verkehrsmitteln kann einen weiteren Beitrag zur Verringerung der Kohlenstoffemissionen bei Geschäftsreisen in Europa leisten.





NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT

Unter den Reisenden, die auf ihrer letzten Geschäftsreise weder öffentliche Verkehrsmittel noch ein Elektrofahrzeug oder ein Elektro-Taxi genutzt haben, waren die Hauptgründe für die Nichtnutzung öffentlicher Verkehrsmittel oder elektrischer Mobilitätsoptionen die eingeschränkte Verfügbarkeit (39 %) und Komfort/Bequemlichkeit (35 %). Darüber hinaus gab jeder Vierte (24%) an, dass er die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel oder eines Elektrofahrzeugs nicht in Betracht ziehe - 14% gaben an, dass diese Optionen zu teuer seien.

Während Reiseprogramme weiterhin Nachhaltigkeitsinitiativen und Unternehmensrichtlinien zur Unterstützung von Nachhaltigkeitszielen fördern, stellen Travel Manager fest, dass es eine Herausforderung ist, die Emissionen des Bodentransports im Vergleich zu anderen reisebezogenen Bereichen wie Hotels und Flugverkehr genau zu erfassen. Tatsächlich gibt die Hälfte (50%) der europäischen Travel Manager an, dass es schwieriger ist, die Emissionen des Bodentransports genau zu erfassen als die anderer Reiskategorien. Gleichzeitig ist nur ein Zehntel (9%) der Meinung, dass es einfacher ist, die Emissionen genau zu verfolgen, und weitere zwei Fünftel (41%) geben an, dass es gleich einfach/schwierig ist.

Travel Manager haben einen guten Überblick über die Buchungen von Elektrofahrzeugen durch Reisende. Ein Fünftel gibt an, dass 30 % oder mehr der Buchungen von Mietwagen (17 %) und Mitfahrgelegenheiten/Taxis (20 %) auf Elektrofahrzeuge entfallen.



NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT



Die Sichtweise des Travel Managers

Ist es einfacher oder schwieriger, die Emissionen des Bodentransports genau zu erfassen als die anderer Reisekategorien?

Es ist schwieriger, die Emissionen des Bodentransports genau zu erfassen als die anderer Reisekategorien (z. B. Flug oder Hotel)

50%

Es ist einfacher, die Emissionen des Bodentransports genau zu erfassen als die anderer Reisekategorien (z. B. Flug oder Hotel)

9%

Es ist gleichermaßen schwierig/einfach, die Emissionen des Bodentransports genau zu erfassen wie die anderer Reisekategorien (z. B. Flug oder Hotel)

41%

Eine beträchtliche Anzahl von Travel Managern ist sich jedoch nicht sicher, wie hoch der Prozentsatz der Buchungen von Elektrofahrzeugen für Mitfahrservices (40 %), Mietwagen (24 %) oder Limousinen-/Chauffeurdienste (49 %) ist, was darauf hindeutet, dass es eine Informationslücke gibt.

Europäische Geschäftsreisende zeigen ein wachsendes Interesse an der Nutzung nachhaltigerer Bodentransportmöglichkeiten, insbesondere angesichts des derzeitigen Wirtschaftsklimas und des wachsenden Umweltbewusstseins. Tatsächlich bekundet mindestens die Hälfte (wenn nicht mehr) der europäischen Geschäftsreisenden Interesse an der Nutzung nachhaltiger Langstreckenzüge (anstelle von Flugreisen), öffentlicher Verkehrsmittel und Elektro-Taxis (nächste Seite).

Das Interesse an Mikromobilitätsdiensten (mit Ausnahme der italienischen Reisenden) und Limousinen-/Chauffeurdiensten für leitende Angestellte auf Geschäftsreisen ist geringer. Deutsche Geschäftsreisende interessieren sich eher für die gleichen Transportmöglichkeiten wie Reisende in anderen Märkten.



NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT



Die Sicht der Geschäftsreisenden

Wie groß ist das Interesse der Geschäftsreisenden angesichts des derzeitigen Wirtschaftsklimas an ...
(% viel mehr Interesse + etwas mehr Interesse)

| Optionen für nachhaltige Elektro-Taxis | 50% | 63% | 58% | 63% | 66% | 50% | 60% |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für den Bodentransport | 57% | 68% | 68% | 56% | 60% | 52% | 66% |
| Nutzung von Bodentransportmitteln (z. B. Züge oder Mietwagen) anstelle von Flugreisen | 64% | 70% | 64% | 68% | 64% | 53% | 65% |
| Ermöglichung der Nutzung von Mikromobilitätsdiensten wie Fahrrädern oder E-Scootern für kurze Strecken | 49% | 59% | 47% | 48% | 65% | 56% | 61% |
| Angebot von Limousinen und Chauffeurdiensten für leitende Angestellte | 30% | 53% | 41% | 37% | 43% | 43% | 48% |

% interessiert + sehr interessiert an verschiedenen Innovationen im Bereich des Landverkehrs

F: Es gibt folgende Innovationen, die den Bodentransport auf Geschäftsreisen verändern können. Bitte bewerten Sie Ihr Interesse an jeder Innovation. (n=104-112)

| Autos/Taxis mit Internetanschluss und Wi-Fi-Zugang | 66% | 73% | 79% | 79% | 74% | 73% | 77% |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Elektroautos/-Taxis | 70% | 76% | 79% | 77% | 76% | 71% | 69% |
| Selbstfahrende Autos/Taxis | 56% | 70% | 67% | 69% | 66% | 71% | 63% |
| Autos mit eingebauten KI-Chatbots | 54% | 69% | 65% | 65% | 66% | 53% | 65% |



NACHHALTIGKEIT, KOHLENSTOFFREDUZIERUNG UND BODENTRANSPORT

Die europäischen Geschäftsreisenden sind jedoch weitgehend zufrieden mit der Anzahl der von ihrem Unternehmen für Geschäftsreisen angebotenen Verkehrsmittel. So geben 66 % der europäischen Geschäftsreisenden an, dass sie mit der Anzahl der von ihrem Unternehmen für Geschäftsreisen angebotenen Verkehrsmittel zufrieden sind, während sich das verbleibende Drittel wünscht, dass ihr Unternehmen eine Vielzahl von Transportmöglichkeiten am Boden anbietet und es den Reisenden ermöglicht, die Option zu wählen, die ihren Bedürfnissen am besten entspricht.

Geschäftsreisende sind auch an Innovationen interessiert, die den Bodentransport und das Reiseerlebnis verändern könnten. Drei Viertel der Geschäftsreisenden geben an, dass sie sich für Autos/Taxis mit Internetanschluss und Wi-Fi-Zugang sowie für Elektroautos/-Taxis interessieren, die bei Reisenden in Italien besonders beliebt sind. Darüber hinaus sind auch selbstfahrende Autos und Autos mit eingebauten KI-Chatbots von Interesse.



SCHLUSSFOLGERUNG

Der Bodentransport ist ein wichtiger Bestandteil von Geschäftsreisen. Die Bedeutung dieser Art von Reisen nimmt weiter zu, da die Geschäftsreisenden von heute mehr Möglichkeiten denn je haben, wenn sie beruflich unterwegs sind. In der Tat ist die Beförderung am Boden (in jeglicher Form) ein Bestandteil fast jeder Geschäftsreise. Travel Manager und Reisende haben daher vielfältige Bedürfnisse, Erwartungen und Vorlieben, die es zu erfüllen gilt. Darüber hinaus rückt der

Bodentransport stärker in den Mittelpunkt, da immer mehr europäische Reiseprogramme neben der herkömmlichen Überprüfung der Kostenkontrolle, der Durchsetzung von Richtlinien, der Sorgfaltspflicht, der Zufriedenheit der Reisenden, des Risikomanagements und der Technologie auch der Nachhaltigkeit Priorität einräumen.



SCHLUSSFOLGERUNG

Diese Studie zeigt, dass es mehrere Maßnahmen gibt, die Travel Manager ergreifen können, um die sich verändernde Landschaft des Bodentransports in Reiseprogrammen zu berücksichtigen.



NACHHALTIGKEIT

38 % der europäischen Travel Manager geben an, dass ihr Unternehmen beim Bodenverkehr stärker auf Nachhaltigkeit und umweltfreundliche Fahrzeuge achtet als 2019, was darauf hindeutet, dass viele Unternehmen Nachhaltigkeitsziele aktiv in ihre Reiseprogramme integrieren. 48% sind jedoch der Ansicht, dass die erfassten Daten nur eine grobe Schätzung der tatsächlichen Emissionen darstellen, und 25% erfassen die durch Geschäftsreisen verursachten Emissionen am Boden überhaupt nicht. Anbieter von Bodentransporten, die die Nachfrage nach Emissionsberichten erkennen und transparente, datengestützte Einblicke bieten, werden wahrscheinlich mehr Aufträge von nachhaltig ausgerichteten Reiseprogrammen erhalten. Sie können sich auf dem Markt differenzieren, indem sie umweltfreundliche Optionen anbieten und Nachhaltigkeitsinitiativen unterstützen.



PRÄFERENZEN DER GESCHÄFTSREISENDEN

Geschäftsreisende haben in der Regel die Wahl, welches Verkehrsmittel sie nutzen, bevorzugen aber in der Regel das bequemste und kostengünstigste. Das Interesse an Mikromobilitätsoptionen wie Elektrorollern und Elektrofahrrädern bzw. Leihfahrrädern ist jedoch groß und spiegelt den allgemeinen Trend zu nachhaltigen und flexiblen Verkehrsmitteln wider.

Während europäische Geschäftsreisende zunehmend an diesen Optionen interessiert sind, müssen viele Unternehmen diese neuen Formen des Bodentransports noch in ihre Richtlinien integrieren. Auch wenn die traditionellen Faktoren Komfort und Kostenersparnis weiterhin wichtig sind, sollten Unternehmen die Notwendigkeit erkennen, ihre Reiserichtlinien an diese sich entwickelnden Formen des Bodentransports anzupassen.

SCHLUSSFOLGERUNG



REISERICHTLINIE

Europäische Travel Manager geben an, dass die größte Priorität ihres Unternehmens (in Bezug auf den Bodentransport) die Kostendämpfung/-einsparung ist, gefolgt von Nachhaltigkeit und Mitarbeitererfahrung. Tatsächlich erlauben fast alle europäischen Reiseprogramme ihren Reisenden die Nutzung von Fernzügen und öffentlichen Verkehrsmitteln, was auf die zunehmende Bedeutung der Nachhaltigkeit auf dem Kontinent zurückzuführen sein könnte. Weitere üblicherweise zugelassene Verkehrsmittel sind Mietwagen, Taxis und private Mietfahrzeuge/unabhängige Fahrzeuge. Die europäischen Reiseprogramme spiegeln die sich entwickelnden Prioritäten der Organisationen wider.



RIDE-HAILING-TECHNOLOGIE

Geschäftsreisende nutzen Ride-Hailing-Apps auf Geschäftsreisen ähnlich häufig wie im Privatleben. Zu den wichtigsten Merkmalen der App gehören die einfache Buchung, kurze Wartezeiten/Verfügbarkeit von Fahrten und die Kosten. Geschäftsreisende schätzen jedoch auch Funktionen, die nur verfügbar sind, wenn ihr Unternehmen eine formelle Beziehung oder einen Vertrag mit einem Ride-Hailing-Unternehmen hat, wie z. B. den automatischen Import von Fahrten in Abrechnungssysteme und die Möglichkeit, die App so zu konfigurieren, dass sie Reiserichtlinien durchsetzt. Es gibt viele Vorteile für Unternehmen, die eine formelle Beziehung zu einem Rideshare-Anbieter unterhalten, insbesondere für wichtige App-Funktionen, die von den Reisenden als hilfreich empfunden werden, was wiederum zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit beitragen kann.

SCHLUSSFOLGERUNG

Methodologie

Online-Umfrage unter Travel Managern und Geschäftsreisenden im Vereinigten Königreich, Irland, Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien und Polen.

Umfrage unter Travel Managern

-Die Datensammlung wurde zwischen dem 29. Juni und dem 31. Juli 2023 durchgeführt.
E-Mail-Einladung an 2.357 aktive und inaktive europäische GBTA-Reiseeinkäufer in Großbritannien, Irland, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien und Polen
Von diesen beantworteten 202 mindestens eine Frage.
Von denjenigen, die sich qualifiziert haben, haben 105 die gesamte Umfrage ausgefüllt, was einer Rücklaufquote von 4,5 % entspricht.

Business Traveller Survey

Data collection took place between July 5-18, 2023.
To qualify, respondents had to:
Be at least 18 years old or older.
Live in the United Kingdom, Ireland, Germany, France, Spain, Italy or Poland
Be employed full- or part-time.
Had to have taken at least one business trip in the past 12 months that was at least 30 kms from their home
Quotas were used to ensure a balanced distribution of age, gender, and country.
740 surveys completed

PROFIL TRAVEL MANAGER



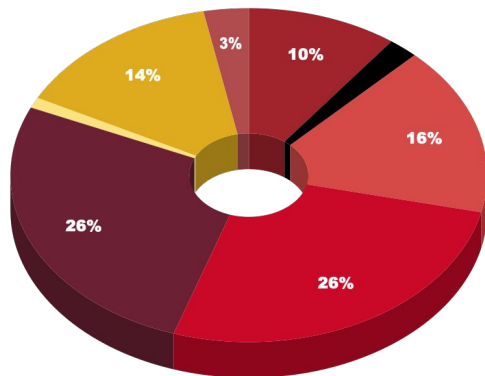


PROFIL TRAVEL MANAGER



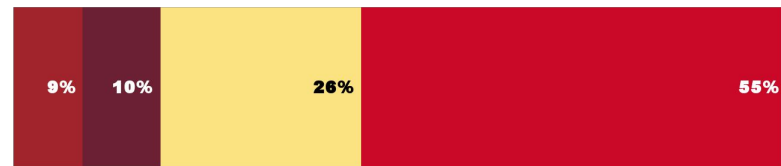
Die Sichtweise des Travel Managers

F: In welchem der folgenden Länder sind Sie ansässig? (n=202)



- Spanien
- Irland
- Deutschland
- Frankreich
- Großbritannien
- Polen
- Italien
- Anderes

Bitte bewerten Sie, wie sehr Sie an der Verwaltung oder Beaufsichtigung von Richtlinien, Prozessen oder Anbietern für Verkehrsmittel in. (n=189)



0%

100%

- Überhaupt nicht involviert
- Ein wenig beteiligt
- Etwas involviert
- Sehr involviert





PROFIL TRAVEL MANAGER



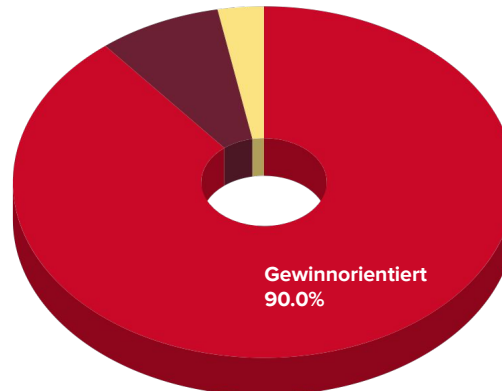
Die Sichtweise des Travel Managers

Wie hoch waren ungefähr die gesamten Reiseausgaben Ihres Unternehmens im Jahr 2022 in [FÜLLEN SIE EUR/PFUND/ZLOTY] (einschließlich Flug, Hotel, Mietwagen, Meetings usw.)? Geben Sie Ihre beste Einschätzung ab. (n=105)



F: Welcher der folgenden Punkte beschreibt Ihr Unternehmen am besten? (n=106)

■ Gemeinnützig 8.0% ■ Regierung 3.0%





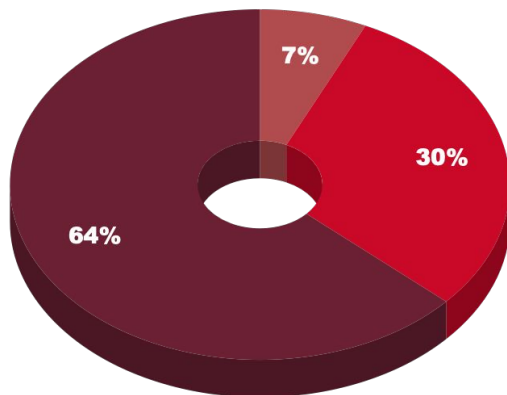
PROFIL TRAVEL MANAGER



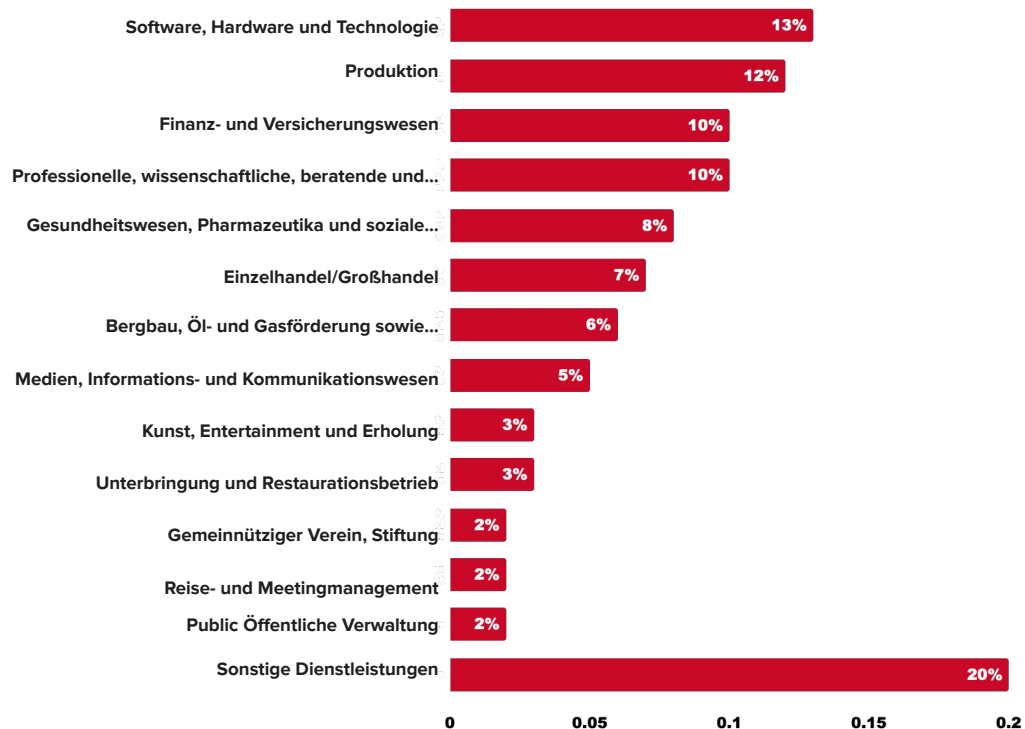
Die Sichtweise des Travel Managers

Wie würden Sie die Reichweite Ihres Unternehmens definieren? (n=105)

- Global (in allen Regionen der Welt präsent)
- Multinational (in mehreren Ländern präsent, die nicht alle Regionen der Welt vertreten)
- National (nur in einem Land präsent)



Welche der folgenden Branchen trifft am ehesten auf Ihr Unternehmen zu? (n=104)



PROFIL DER BEFRAGTEN GESCHÄFTSREISENDEN



Die Sicht der
Geschäftsreisenden



GESCHLECHT

| | | | | | | | |
|----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Männlich | 53% | 63% | 43% | 61% | 50% | 53% | 51% |
| Weiblich | 47% | 36% | 57% | 39% | 47% | 46% | 45% |
| Nicht-binär/andere/ divers | 0% | 1% | 0% | 0% | 4% | 1% | 4% |

ALTER

| | | | | | | | |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 18 bis 34 | 31% | 38% | 55% | 30% | 36% | 52% | 47% |
| 35 bis 54 | 48% | 47% | 39% | 55% | 45% | 44% | 47% |
| 55+ | 21% | 16% | 5% | 14% | 19% | 3% | 5% |

ANZAHL DER IM VERGANGENEN JAHR UNTERNOMMENEN GESCHÄFTSREISEN MIT MINDESTENS 30 KILOMETERN ENTFERNUNG

| | | | | | | | |
|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 bis 2 Geschäftsreisen | 37% | 35% | 29% | 26% | 19% | 32% | 33% |
| 3 bis 5 Geschäftsreisen | 26% | 32% | 34% | 32% | 39% | 26% | 26% |
| 6 oder mehr Reisen | 37% | 33% | 37% | 43% | 42% | 41% | 41% |



PROFIL DER BEFRAGTEN GESCHÄFTSREISENDEN



Die Sicht der Geschäftsreisenden



WAS BESCHREIBT DIE REISERICHTLINIEN IHRES UNTERNEHMENS AM BESTEN?

| | | | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Ich muss die Reiserichtlinien meines Unternehmens befolgen | 61% | 54% | 59% | 63% | 54% | 51% | 61% |
| Ich werde darin bekräftigt, die allgemeinen Richtlinien zu befolgen | 25% | 29% | 32% | 21% | 30% | 35% | 31% |
| Es gibt keine Richtlinien oder Einschränkungen, die ich einhalten muss | 15% | 17% | 9% | 15% | 16% | 14% | 8% |

VERWENDET IHR UNTERNEHMEN EIN TMC FÜR EIN PRODUKT ODER EINE DIENSTLEISTUNG?

| | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Ja | 68% | 77% | 84% | 79% | 82% | 80% | 76% |
| Nein | 23% | 15% | 8% | 15% | 10% | 9% | 14% |
| Nicht bekannt | 8% | 8% | 7% | 6% | 9% | 12% | 10% |

VERWENDET IHR UNTERNEHMEN EIN UNTERNEHMENSEIGENES ONLINE-BUCHUNGSTOOL (OBE)?

| | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Ja | 91% | 92% | 90% | 79% | 90% | 86% | 90% |
| Nein | 7% | 8% | 9% | 10% | 10% | 11% | 7% |
| Nicht bekannt | 2% | 1% | 1% | 10% | 1% | 4% | 4% |



PROFIL DER BEFRAGTEN GESCHÄFTSREISENDEN



Die Sicht der Geschäftsreisenden



POSITION TYP

| | France | Germany | United Kingdom | Spain | Italy | Poland | Ireland |
|----------------------------|--------|---------|----------------|-------|-------|--------|---------|
| Administrative Mitarbeiter | 10% | 12% | 19% | 13% | 20% | 29% | 24% |
| Mittleres Management | 51% | 59% | 45% | 37% | 47% | 44% | 57% |
| Oberes Management | 36% | 19% | 25% | 35% | 25% | 21% | 14% |
| Geschäftsleitung | 3% | 10% | 11% | 14% | 9% | 6% | 5% |

ANZAHL DER MITARBEITER DES UNTERNEHMENS

| | | | | | | | |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 500 oder weniger | 41% | 36% | 32% | 42% | 50% | 53% | 38% |
| 501 bis 1,000 | 17% | 17% | 21% | 23% | 19% | 28% | 19% |
| Mehr als 1.000 | 42% | 44% | 47% | 32% | 31% | 20% | 40% |
| Nicht bekannt | 0% | 3% | 0% | 3% | 0% | 0% | 2% |

ART DER GESCHÄFTSREISEZIELE IN DEN VERGANGENEN ZWEI JAHREN

| | | | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Nur Inlandsdestinationen | 38% | 21% | 19% | 30% | 27% | 45% | 31% |
| Nur Auslandsdestinationen | 21% | 18% | 23% | 13% | 14% | 17% | 26% |
| Sowohl internationale als auch nationale Destinationen | 40% | 61% | 58% | 56% | 59% | 38% | 43% |

ÜBER GBTA

Die Global Business Travel Association (GBTA) ist die weltweit größte Handelsorganisation für Geschäftsreisen und Meetings mit Hauptsitz in Washington, D.C., und Mitgliedern auf sechs Kontinenten, die jährlich Ausgaben in Höhe von über 345 Milliarden Dollar für Geschäftsreisen und Meetings verwalten. Die GBTA bietet einem wachsenden globalen Netzwerk von mehr als 28.000 Reisefachleuten und 125.000 aktiven Kontakten erstklassige Bildung, Events, Forschung, Interessenvertretung und Medien. Weitere Informationen finden Sie unter www.gbta.org.



GBTA **Global Business
Travel Association**

FREENOW ✓

FOR BUSINESS

FREENOW for Business ist ein führender Anbieter von Lösungen für Geschäftsreisen, Mobilitätsleistungen für Mitarbeiter und Kundenreisen für Unternehmen. Mit Unterstützung der BMW Group und der Mercedes-Benz Group AG ist FREENOW for Business in 9 Ländern und über 150 Städten in Europa präsent. Die umfassende Multimobilitätsplattform von FREENOW ist so konzipiert, dass sie die Bedürfnisse von Mitarbeitern, Kunden und der Umwelt in den Vordergrund stellt und eine Reihe von nachhaltigen Reiseoptionen bietet. Das intuitive Desktop-Admin-Panel von FREENOW lässt sich nahtlos in die benutzerfreundliche FREENOW-App integrieren, wodurch die Verwaltungsaufgaben vereinfacht und die Kosten gesenkt werden. Kein Wunder, dass mehr als 30.000 Unternehmen FREENOW for Business zu ihrer ersten Wahl für Mobilitätslösungen gemacht haben. Weitere Informationen finden Sie unter FREENOW for Business.

MEHR INFORMATIONEN ERHALTEN



