

Bedeutung von Geschäftsreisen für das Neugeschäft wächst - Auch wenn digitale Kanäle die Zusammenarbeit über viele Kilometer hinweg jederzeit ermöglichen, sind persönliche Treffen wichtiger denn je

**Der Aufbau von Netzwerken ist unverändert ein wichtiger Grund für Geschäftsreisen. Und nicht selten fördern sie Geschäftsabschlüsse. Sieben von zehn Geschäftsreisenden schätzen, dass ihr persönlicher Besuch einen großen Einfluss auf den Abschluss von Neu- und Folgeaufträgen hat. Das sind deutlich mehr als im Vorjahr. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie „Chefsache Business Travel 2016“ von Travel Management Companies im Deutschen ReiseVerband (DRV).**

Dieser Einfluss auf den Geschäftserfolg lässt sich auch beziffern: Die befragten Geschäftsreisenden schätzen, dass persönliche Treffen die Abschlussbereitschaft von Aufträgen um durchschnittlich 46 Prozent erhöhen. Damit zeigt sich auch hier eine steigende Tendenz. In der Vorjahresstudie lag dieser Wert bei 41 Prozent.

Wichtigster Grund für Geschäftsreisen ist aus Sicht der befragten Manager der Aufbau von Netzwerken. 65 Prozent halten Reisen dafür für unerlässlich. Zu den Top drei der Reise-Gründe gehören außerdem das Fördern von Geschäftsabschlüssen und das bessere Kennenlernen der Geschäftspartner. Alle diese Ziele haben im Vergleich zu den Vorjahren noch an Bedeutung gewonnen.

#### **Echte Begegnungen sind die beste Grundlage**

Dabei machen zahlreiche neue Kommunikations- und Vertriebswege, die mit dem Internet entstanden sind, die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern zunehmend ortsunabhängig. „Schnelles Internet und mobile Endgeräte, Videokonferenzen, Sharing-Plattformen und Messenger-Dienste erleichtern den Austausch über viele Kilometer hinweg. Der Wert persönlicher Begegnungen jedoch bleibt ungebrochen. In der Wahrnehmung der befragten Fach- und Führungskräfte ist er sogar noch wertvoller geworden“, sagt Stefan Vorndran, Vorsitzender des Ausschusses Business Travel im DRV. „Die Erfahrung zeigt: Netzwerke funktionieren auch über digitale Kanäle besser, wenn sie bei persönlichen Treffen geschmiedet und gestählt werden.“

#### **Zur Studie „Chefsache Business Travel 2016“**

Die Studie „Chefsache Business Travel 2016“ wurde im Auftrag des Deutschen ReiseVerbands (DRV) durchgeführt. 110 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 110 geschäftsreisende Führungs- und Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern wurden dafür zum Thema Geschäftsreisen befragt. Die Daten wurden vom 11. bis 22. September 2015 erhoben.

#### **Über die Kampagne „Chefsache Business Travel“**

Auf Geschäftsreisen setzen Unternehmen ihre wichtigste Ressource ein: den hochqualifizierten Mitarbeiter. Knapp 90 Prozent schicken ihre Mitarbeiter mit dem Ziel auf Reisen, Geschäftsabschlüsse unter Dach und Fach zu bringen oder zumindest vorzubereiten. Der effizienten Gestaltung von Geschäftsreisen im Unternehmen misst die Chefetage jedoch trotzdem oft keine strategische Bedeutung zu. Dabei wird diese Aufgabe immer komplexer. Nicht nur Kosten, sondern auch andere Kriterien wie zum Beispiel Nachhaltigkeit oder Sicherheit gilt es zu beachten.

Ziel der Initiative von Travel Management Companies im DRV ist es, Geschäftsreisen als strategisches Managementthema zu verankern und den Nutzen eines professionellen

Geschäftsreisemanagements in Zusammenarbeit mit den Geschäftsreisebüros auf  
Entscheider Ebene besser bekannt zu machen.

Die Kampagne Chefsache Business Travel wird von den Travel Management Companies BCD  
Travel, Carlson Wagonlit Travel, DERPART TRAVEL SERVICE, HRG Germany, FCm Travel Solutions,  
FIRST Business Travel, Lufthansa City Center sowie der Fluggesellschaft Lufthansa getragen.

Weitere Informationen hierzu erhalten Sie unter [www.chefsache-businesstravel.de](http://www.chefsache-businesstravel.de).

**Pressekontakt:**

Sibylle Zeuch  
Telefon: 030 / 28406 - 15  
Fax: 030 / 28406 - 32  
E-Mail: [presse@drv.de](mailto:presse@drv.de)

**Unternehmen**

DRV Deutscher ReiseVerband e. V.  
Schicklerstraße 5 - 7  
10179 Berlin

Internet: [www.drv.de](http://www.drv.de)