



**Einblicke und Erkenntnisse mit denen
Sie Ihr Hotelprogramm verbessern**



Top-Ziele für Reiseeinkäufer im Jahr 2019



1. Programmkosten senken



2. Richtlinien einhalten



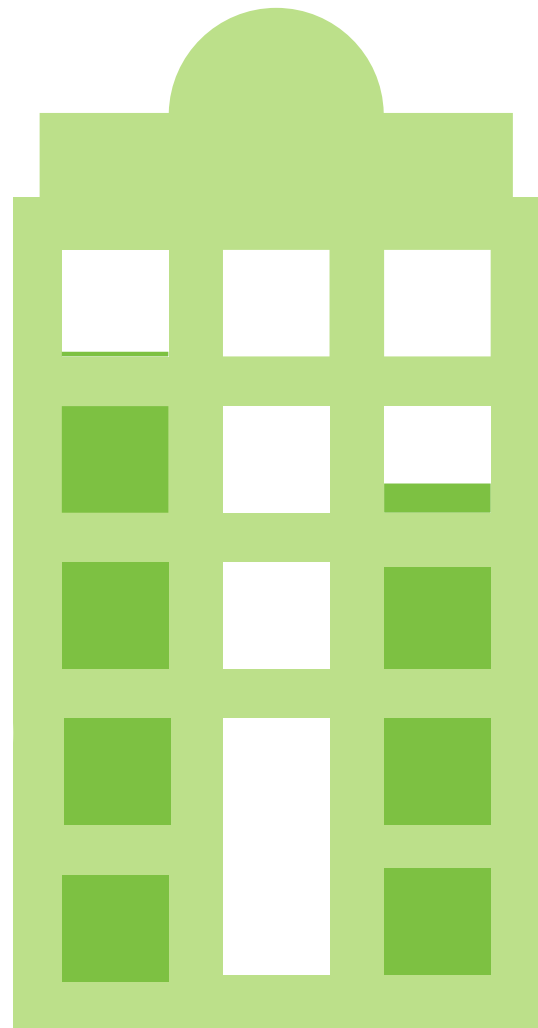
3. Zufriedenheit der Reisenden steigern

Ziel 1: Programmkosten senken



Reisende wünschen sich ein höheres Hotelraten-Limit, um Hotels zu wählen, die Ihren Bedürfnissen entsprechen.

Während **82 %** der Geschäftsreisenden angeben sich „oft“ oder „immer“ an die vorgegebenen Raten zu halten,

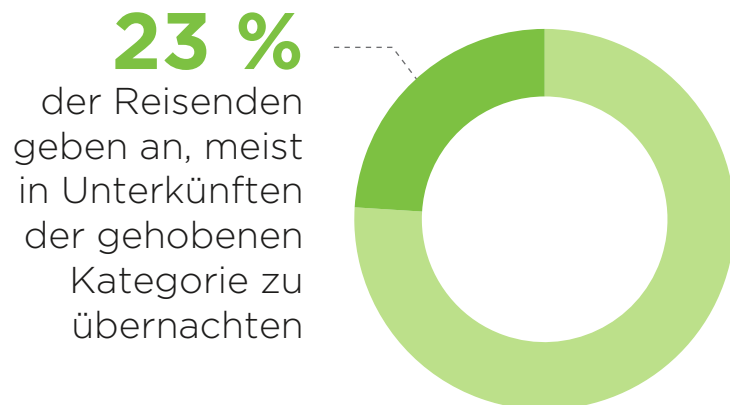
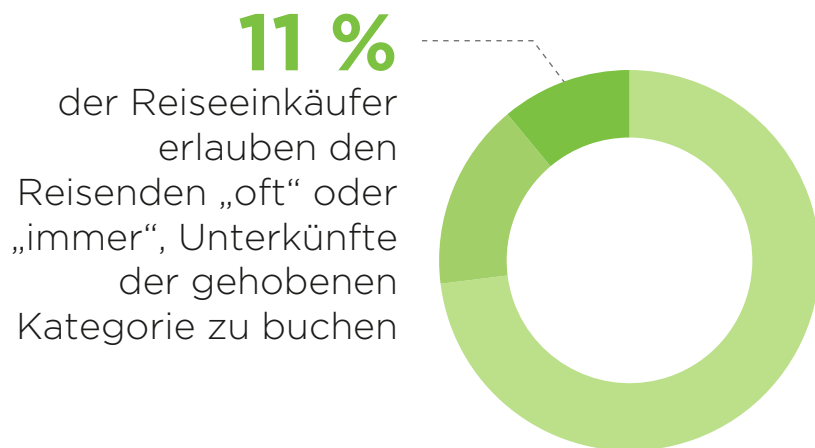


sagen **66 %**, sie wünschten, die zulässigen Raten wären höher, damit sie ihre bevorzugten Unterkünfte wählen könnten.

Ziel 1: Programmkosten senken



Es besteht eine Diskrepanz zwischen den Unterkünften, die Reisende in der Regel wählen und denen, die sie buchen dürfen.



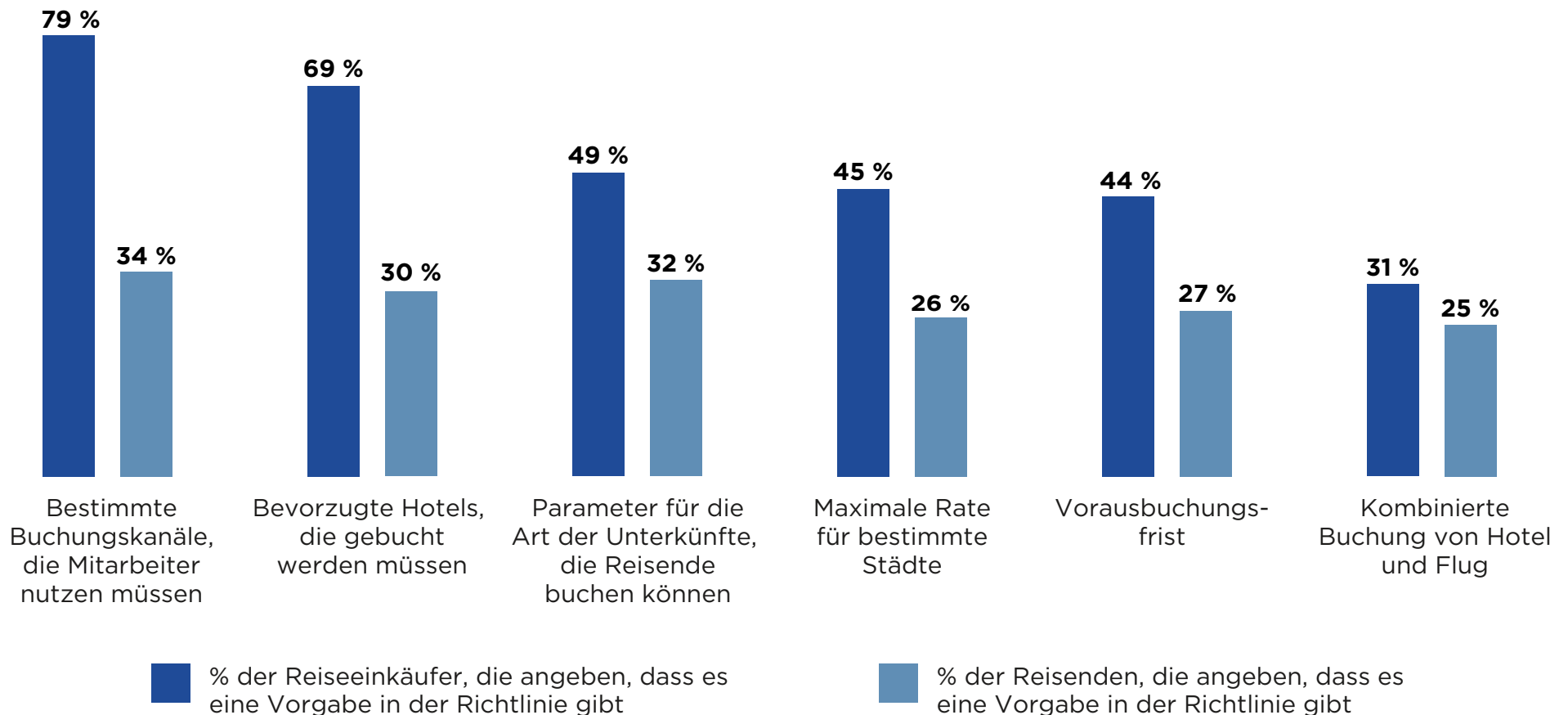
Ein Drittel der Geschäftsreisenden ist bereit die zulässige Rate um **31 USD oder mehr** zu überschreiten, um Hotels zu buchen, die ihren Bedürfnissen auf Geschäftsreisen entsprechen.

Ziel 2: Richtlinien verstärkt einhalten



Im Durchschnitt sagen Einkäufer, dass **ein Drittel (32 %)** ihrer Buchungen nicht richtlinienkonform ist

Reisende kennen möglicherweise die Parameter ihrer Reiserichtlinie nicht



Ziel 2: Richtlinien verstärkt einhalten



Einkäufer und Reisende nehmen die Verfügbarkeit von Hotels am Zielort unterschiedlich wahr.



26 %

der Reiseeinkäufer geben an, dass es für Reisende schwierig ist ein Hotel am Zielort zu finden und dies zur Nichteinhaltung der Reiserichtlinien führt.



73 %

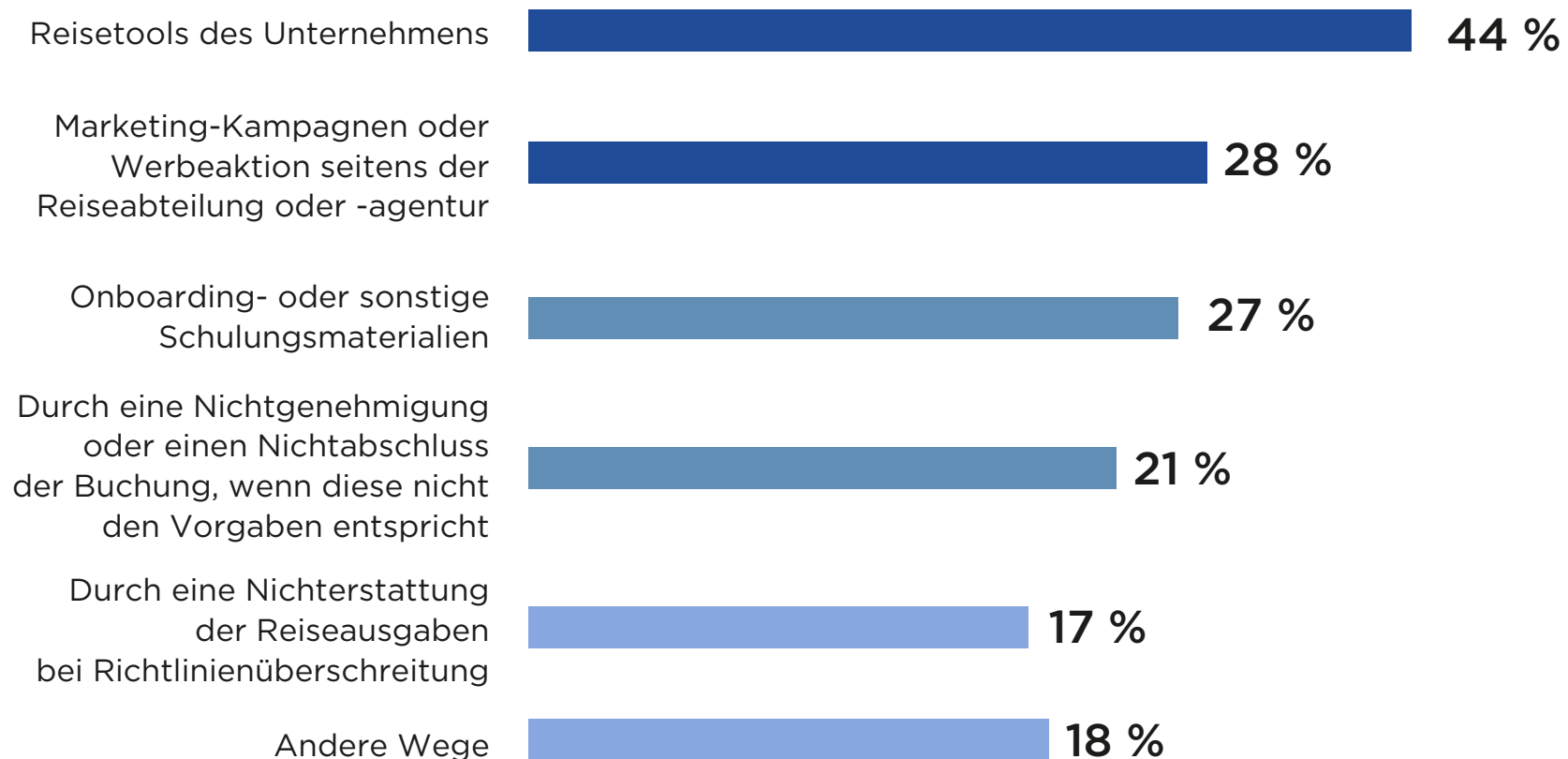
der Geschäftsreisenden geben an, ein Hotel in der Nähe ihres Reiseziels zu finden, sei bei der Buchung über ihr Reiseprogramm eine Herausforderung.

Ziel 2: Richtlinien verstärkt einhalten



Reisende fühlen sich über die Reiserichtlinie schlecht informiert, obwohl 62% der Reiseverantwortlichen angeben, dass sie die Richtlinie kommuniziert haben.

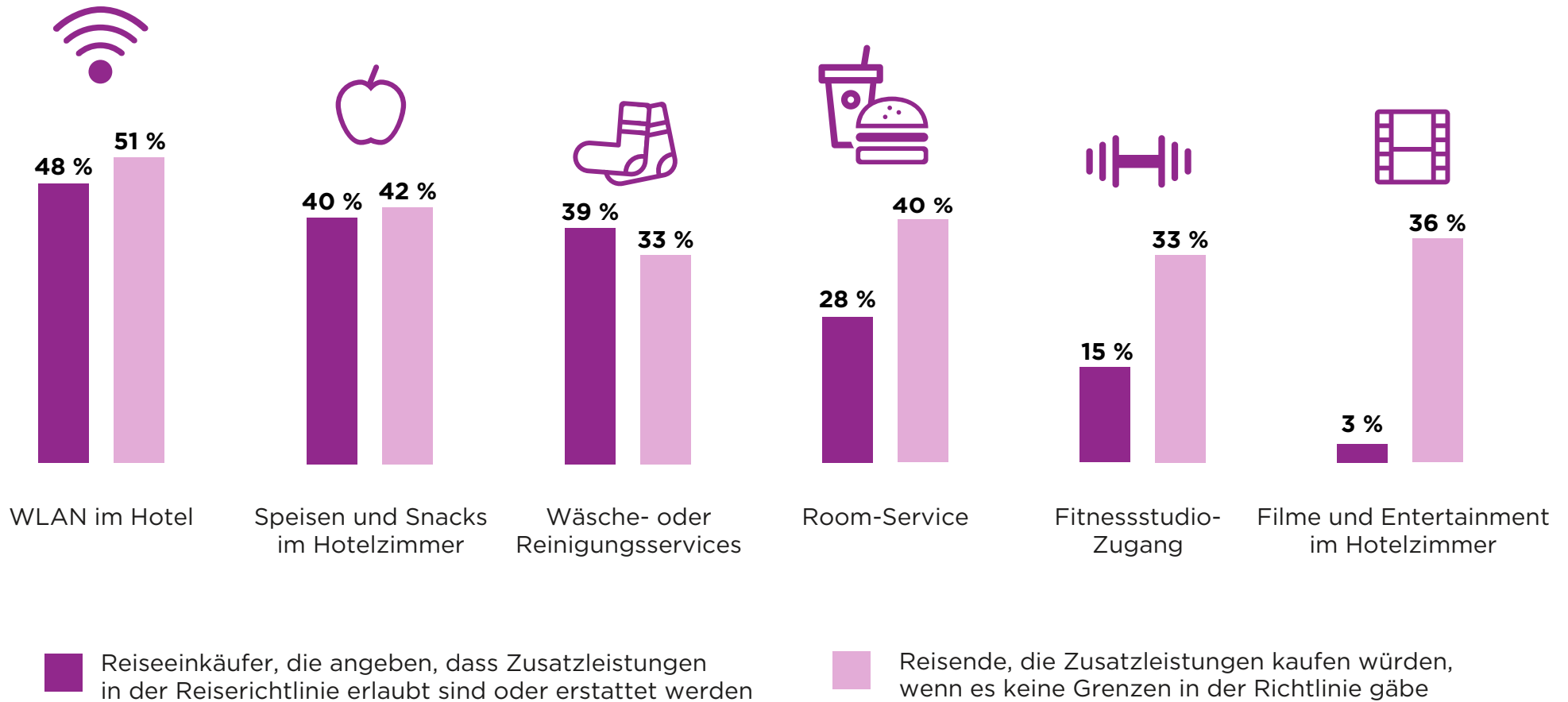
Wie wird die Reiserichtlinie kommuniziert?



Ziel 3: Zufriedenheit der Reisenden steigern



Reisende möchten Zusatzleistungen nutzen, die nicht immer in ihrer Reiserichtlinie enthalten sind

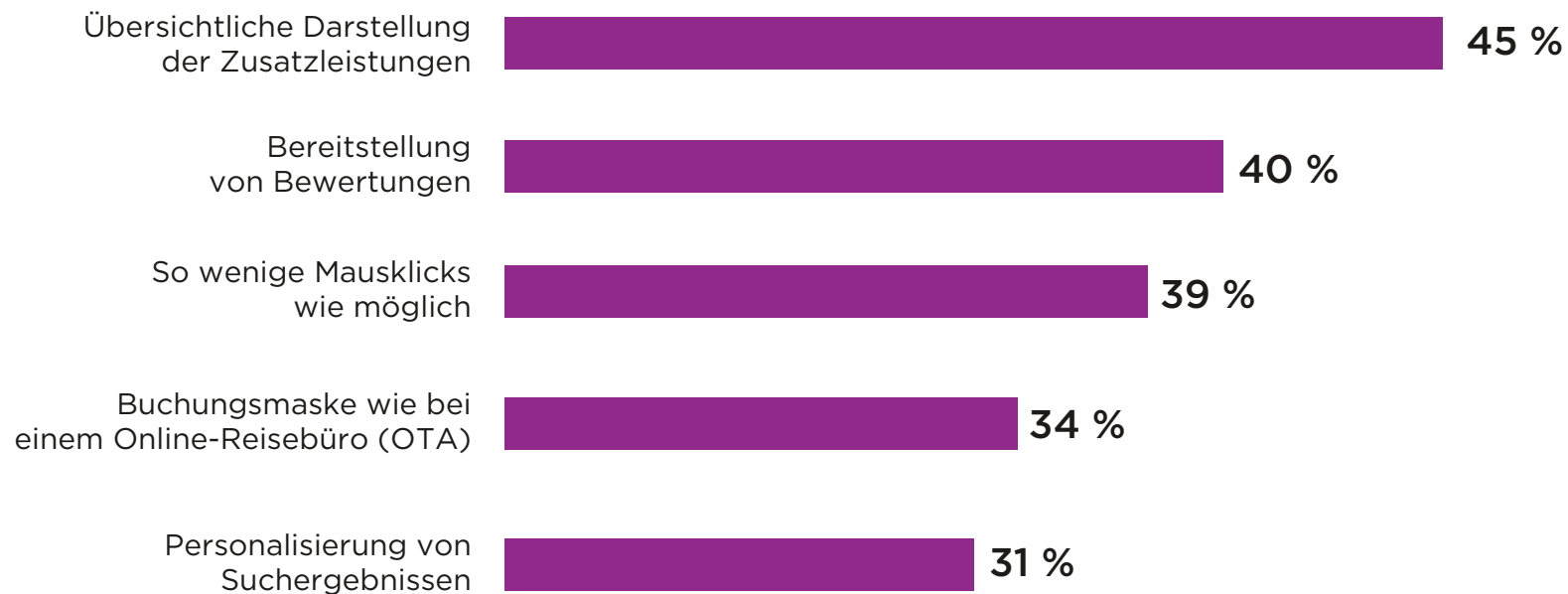


Ziel 3: Zufriedenheit der Reisenden steigern



52 % der Geschäftsreisenden geben an, die Nutzung ihres Online-Buchungstools sei eine der größten Herausforderungen bei der Buchung ihrer Geschäftsreise

Was erwarten Reisende von einem Online-Buchungstool?



Methodik

Zweigleisige Vorgehensweise

- Online-Befragung von 265 Reiseeinkäufern in den USA (131) und Europa (134)
 - Durchgeführt zwischen dem 19. September und dem 12. Oktober 2018
- Online-Befragung von 750 Geschäftsreisenden in den USA (247), Großbritannien (254) und Frankreich (249)
 - Die Befragten gaben an, ob sie:
 - in Vollzeit oder Teilzeit beschäftigt waren
 - mehr als einmal im vergangenen Jahr geschäftlich reisen mussten
 - Durchgeführt zwischen dem 5. und dem 15. Oktober 2018

Über GBTA

Die Global Business Travel Association (GBTA) ist die weltweit führende Organisation für Geschäftsreisen und MICE. Sie vertritt die 1,4 Billionen US-Dollar schwere Geschäftsreisebranche. Die Mitglieder der GBTA umfassen mehr als 9.000 Geschäftsreiseprofis auf allen Kontinenten. Mitglieder der GBTA stehen für jährliche Geschäftsreise- und MICE-Ausgaben von mehr als 345 Milliarden US-Dollar.

