# Technik vs. Mensch: Deutsche Geschäftsreisende wollen

# den persönlichen Kontakt im Hotel

Neue Egencia-Hotel-Studie zu den Vorlieben der Geschäftsreisenden

**München**, 29. September, 2015 – Technik ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Smartphone, Tablet und Co. sind unsere ständigen Begleiter, auch auf Reisen. Mobile Endgeräte checken ihre Besitzer ins Hotel ein oder aus, immer häufiger öffnen sie die Zimmertür. Einige dieser mobilen Trends verbessern das Reiseerlebnis. Aber für welche Serviceleistungen wünscht sich der Reisende wirklich technische Lösungen und für welche sind Menschen gefragt? Dieser Frage ist der Geschäftsreiseanbieter Egencia® in seiner „Global Traveler Survey“[[1]](#footnote-1) nachgegangen. Dabei zeigt sich eines deutlich: Der persönliche Kontakt im Hotel steht bei Geschäftsreisenden auf der Wunschliste ganz oben – ob Empfang, Concierge oder Zimmerservice. Und dies gilt vor allem für die Deutschen.

**Der persönliche Service bringt Mehrwert**

Gegen alle digitalen Trends ist für 84 Prozent der Geschäftsreisenden weltweit der Kontakt zum Rezeptionist oder Portier bei der Ankunft im Hotel wichtig. Deutschland liegt hier mit 87 Prozent sogar über dem internationalen Schnitt. Beim Zimmerservice ziehen 77 Prozent der deutschen Geschäftsreisen einen Hotelangestellten einem Service-Roboter vor (international 72 Prozent). Ähnlich hoch ist der Prozentsatz, der einen menschlichen Concierge einem digitales Pendant den Vorrang gibt.

Hinter diesem Ergebnis steht die Überzeugung, dass der direkte Kontakt besser personalisierte bzw. relevantere Informationen bringt (52 Prozent weltweit) und dass der „Faktor Mensch“ einen Mehrwert (50 Prozent weltweit) bietet. 50 Prozent der deutschen Geschäftsreisenden, für die menschliche Interaktion im Hotel wichtig ist, empfinden den persönlichen Service zudem als schneller und leichter als die elektronischen Optionen und 47 Prozent vertrauen dem Menschen mehr als der Technik. Für 49 Prozent macht der persönliche Kontakt die lokale Kultur besser erlebbar.

**Personalisierung als Schlüssel zur Zufriedenheit**

So wichtig der persönliche Service erachtet wird, es gibt Verbesserungspotential. Denn über ein Drittel der Geschäftsreisenden (37 Prozent weltweit) moniert, dass Hotels ihre Reisegewohnheiten und -vorlieben nicht berücksichtigen. Sogar 61 Prozent wünschen, dass sich Hotels an ihre Präferenzen von einem Aufenthalt zum nächsten erinnern.

„Der Trend bei Geschäftsreisen geht ganz klar zu einem immer mehr personalisierten Service. Hier können smarte Technologien helfen, schon vor Reisebeginn“, sagt Florian Storp, Managing Director von Egencia Deutschland. Lösungen, wie beispielsweise die Egencia® TripNavigator-App, verfügen über eine adaptive Suchtechnologie. Diese ist so konzipiert, dass sie aus dem Buchungsverhalten der Reisenden lernt und dann personalisierte Ergebnisse für die nächste Buchung vorschlägt. Wünscht sich ein Reisender zum Beispiel kostenloses Frühstück, so werden bei allen zukünftigen Anfragen Hotels genau mit diesen Leistungen angezeigt. Auch Filterfunktionen auf Hotelplattformen ermöglichen diese Personalisierung. „Dem Reisenden wird schon während der Buchungsphase Arbeit abgenommen, das macht den Buchungsprozess einer Geschäftsreise einfach und effizient“, weiß Storp. „Persönlicher und digitaler Service schließen sich ja nicht aus, sondern können sich sinnvoll ergänzen.“

Dafür spricht ein weiteres Ergebnis der Egencia-Studie: Bei der Bestellung des menschlichen Zimmerservices darf es durchaus digital sein. 53 Prozent der Geschäftsreisen würden ihr Essen lieber über ein bereitgestelltes Tablet anstatt über das Telefon bestellen.

Weitere Informationen zur Egencia-Studie „Global Traveler Survey“ finden Sie auf dem [Egencia Blog](http://egencia.com/daily/home/en/blog/de/2015/9/28/technik-vs-mensch-deutsche-geschaftsreisende-wollen-den-personli/).

**Über Egencia**

Egencia macht Geschäftsreisen durch innovative Technologien einfacher. Im Mittelpunkt stehen dabei die Geschäftsreisenden und ihre Anforderungen – Egencia gibt ihnen intuitive Lösungen an die Hand, die ihre Reisen einfacher und effektiver machen. Das breite Portfolio umfasst Reiseanbieter aus den Bereichen Flug, Hotel, Mietwagen und Bahn. Mit dem technologischen Knowhow und dem Feedback von Millionen von Nutzern der Muttergesellschaft, der Expedia-Gruppe, bietet Egencia Geschäftsreisenden das, was sie benötigen: Informationen, Technologie, Service und Reporting gebündelt auf einer zentralen Plattform.

Egencia ist weltweit in mehr als 60 Ländern mit fachkundigem Service vertreten. Mehr Informationen auf [www.egencia.de](http://www.egencia.de) oder via Twitter [@EgenciaDE](http://twitter.com/egenciade).

© 2015 Egencia, LLC. Alle Rechte vorbehalten. Der Name und das Logo Egencia sind als Marke registriert oder ein Trademark der Expedia Gruppe in den USA und/oder anderen Märkten. Andere Logos, Produkte oder Firmennamen, welche hier erwähnt werden, können den jeweiligen Inhabern gehören. CST # 2083922-50.

**Medienkontakt**

Annie McElroy-Arnaud, Communications Manager Carolin Campe

Egencia Europe noble kommunikation

E-Mail: [a.mcelroyarnaud@egencia.com](mailto:a.mcelroyarnaud@egencia.com) E-Mail: [ccampe@noblekom.de](mailto:ccampe@noblekom.de)

Büro: +33 1 73 01 02 21 Büro: +49 6102 36660

1. Die „Egencia Global Traveler Survey“ wurde im Auftrag von Egencia von Northstar, einem weltweit vernetzten Consulting-Unternehmen, durchgeführt. Für die Studie wurden 8.030 Geschäftsreisende über 18 Jahre in acht Ländern (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Norwegen, Schweden, Australien, Kanada und USA) befragt. Diese haben im Zeitraum 26. Juni bis 15. Juli die Umfrage online beantwortet. Die Auswahl und Zusammenfassung der Panelgruppen erfolgte unter Nutzung der Kantar-Marktforschungsunternehmen GMI (Global Market Insite) und Lightspeed Research. Von einer Stichprobe ausgehend liegt die Fehlertoleranz bei +/- 1,1 %. [↑](#footnote-ref-1)