

REISEN FRAUEN ANDERS ?



Umfrage vom Geschäftsreiseverband VDR,
Bundesverband Sekretariat und Büromanagement bSb
und der Hotelzertifizierung Certified.



bSb

Bundesverband Sekretariat
und Büromanagement e.V.



CERTIFIED



THE BETTER PLACE

REISEN FRAUEN ANDERS ?

Umfrage 2017



CERTIFIED

Umfrage vom Geschäftsreiseverband VDR, Bundesverband Sekretariat und Büromanagement bSb und der Hotelzertifizierung Certified.

Die Erhebung fand als Online-Umfrage zwischen dem 15. Februar und 31. März 2017 statt. An der Umfrage haben 454 Frauen teilgenommen.

Die Teilnehmenden stammen aus renommierten Firmen wie Abbott, Bayer, Bosch, Fuji, Infineon, Intel, KfW, PricewaterhouseCoopers, Rolls Royce, Schaeffler, Wacker Chemie. Sie stellen einen Querschnitt der deutschen Unternehmenslandschaft dar.

Das jährliche Volumen an Übernachtungen wurde mit 3.059.200 angegeben. Unterstellt man einen durchschnittlichen Preis von 80 €, entspricht das einem Budget von 244.736.000 €. Zwei Drittel (65,73%) der Geschäftsreisen erfolgen innerhalb Deutschlands und über 38 Prozent (38,13%) werden von Frauen unternommen.

Das bedeutet einen nationalen Anteil von 61,3 Mio. €, den Frauen allein aus dem Kreis der Befragungsteilnehmerinnen für Übernachtungen ausgeben.

Basierend auf den Zahlen der Geschäftsreiseanalyse 2016, die der VDR erstellt hat, beträgt das frauenspezifische Umsatzvolumen 1,5 Mrd €.

Wenn wir uns nun die Ergebnisse im Einzelnen ansehen, kann man diese zum großen Teil auch auf die Bedürfnisse männlicher Reisende antizipieren.

bSb

Bundesverband Sekretariat
und Büromanagement e.V.

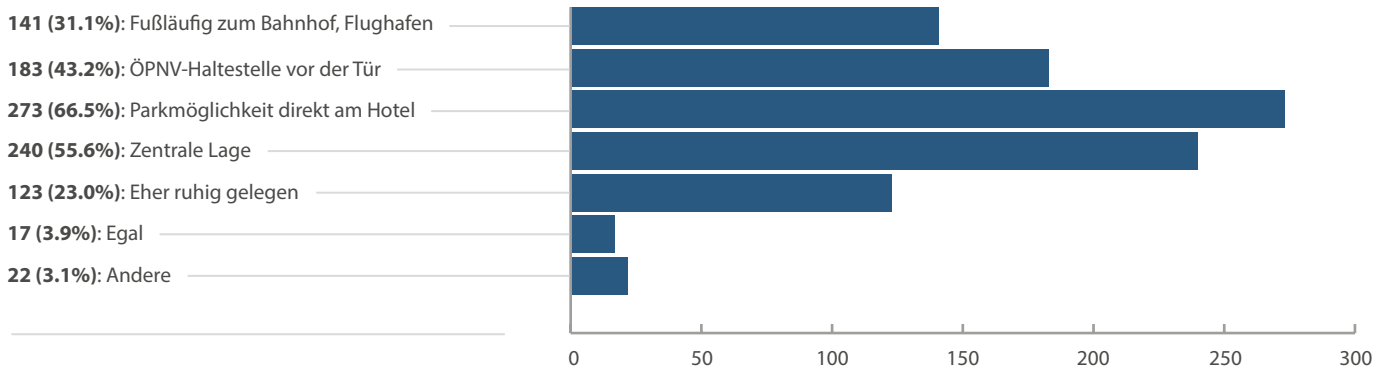
VDR



HABEN SIE BESONDERE ANFORDERUNGEN ZUR LAGE EINES HOTELS?

Teilnehmer: 454

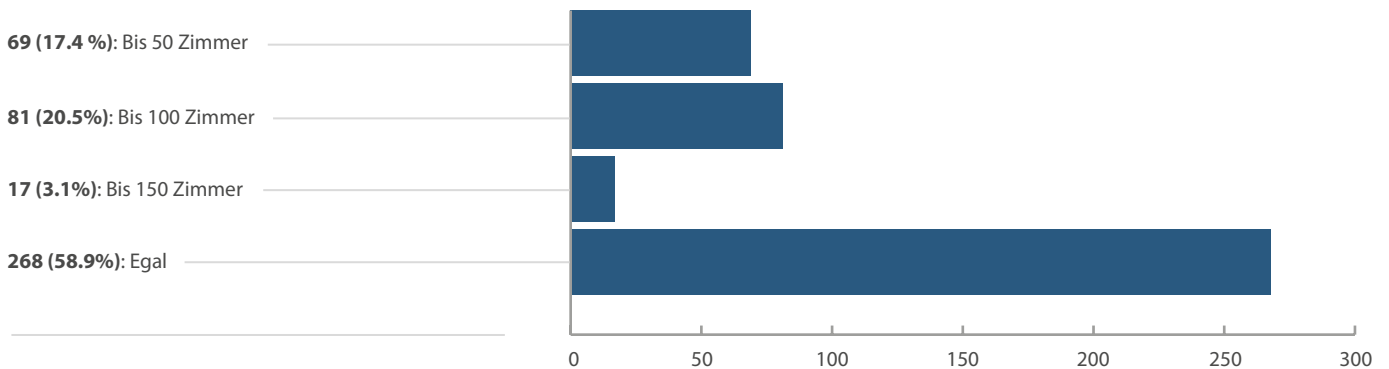
Die Lage des Businesshotels sollte möglichst zentral sein, in der Nähe des Zielortes (Firma, Niederlassung ...) und mit einer guten Verkehrsanbindung. Die Parkmöglichkeit direkt am Hotel wird von 66,5% der Befragten als wesentliche Anforderung benannt.



BEVORZUGEN SIE EINE BESTIMMTE HOTELGRÖSSE?

Teilnehmer: 429

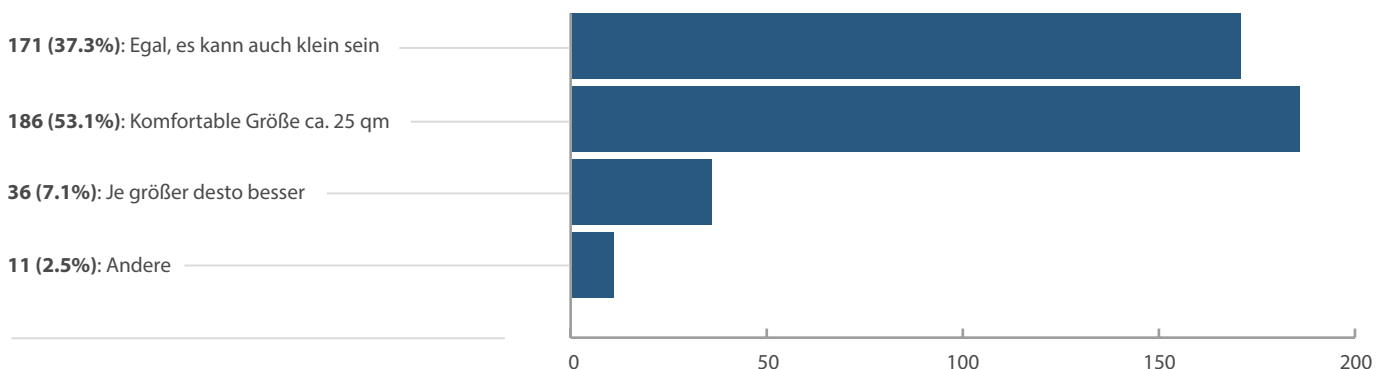
Die Größe des Hotels stellt für Frauen offenbar keine Relevanz dar, knapp 60% (58,9%) ist es egal. Die Vermutung war, dass Frauen vielleicht kleinere Häuser aufgrund einer höheren persönlichen Atmosphäre bevorzugen, jedoch bejahten nur 17,4% die Wahl von Häusern mit bis zu 50 Zimmern.



WELCHE ANFORDERUNGEN HABEN SIE AN DIE GRÖSSE DES ZIMMERS?

Teilnehmer: 404

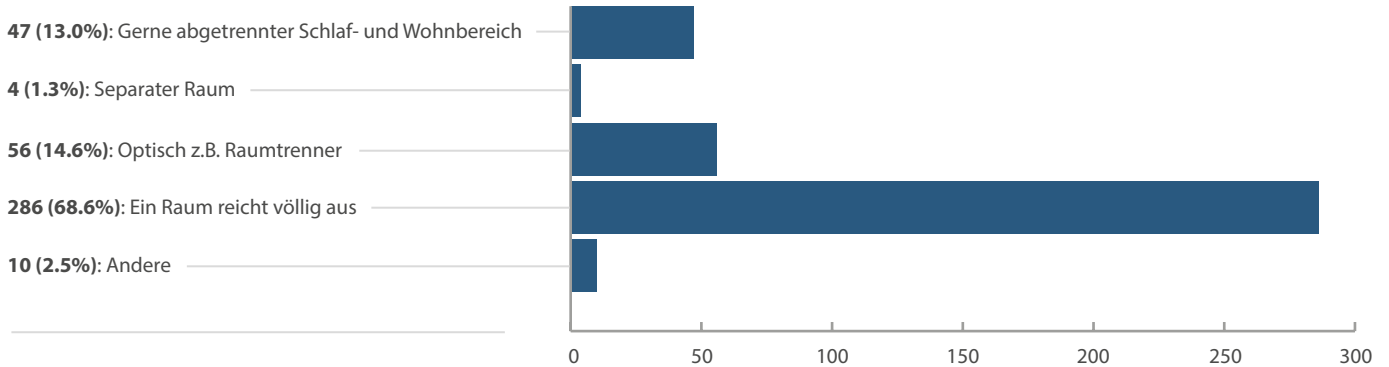
Allerdings legen mehr als die Hälfte (53,1%) Wert auf ein Zimmer mit einer komfortablen Größe ab 25 qm, wobei immerhin 37,3% angeben, es könne auch kleiner sein.



HABEN SIE BESONDERE VORSTELLUNGEN AN DIE AUFTEILUNG DES ZIMMERS?

Teilnehmer: 400

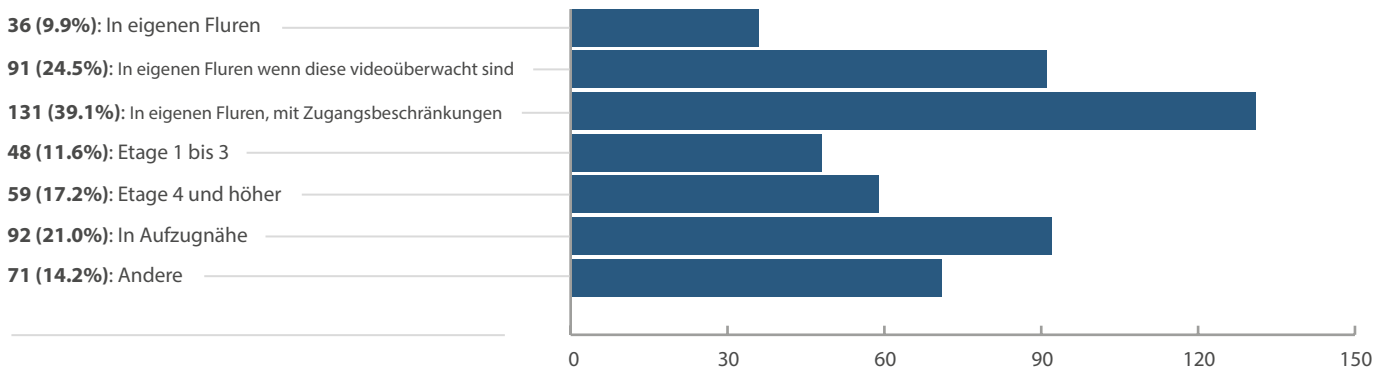
Nahezu „pflegeleicht“ könnten die Vorstellungen an die Aufteilung der Zimmer bewertet werden, denn zwei Drittel (68,6%) geben an, sie wären mit einem Raum völlig zufrieden. Lediglich 13% wünschen sich einen abgetrennten Schlaf- und Wohnbereich.



WO SOLLTEN FRAUEN IM HOTEL UNTERGEBRACHT WERDEN?

Teilnehmer: 285

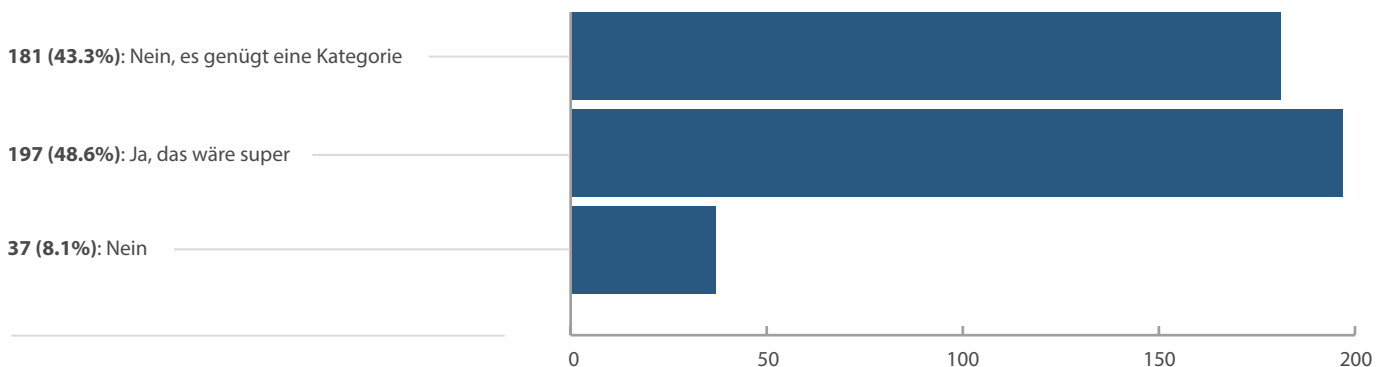
Kontrovers waren die Antworten zur Frage, wo Frauen im Hotel untergebracht werden sollten. Ein Viertel wünscht sich videoüberwachte Flure (24,5%), sogar 39,1% sprechen sich für Flure mit Zugangsbeschränkungen aus. Ein großer Anteil sagt jedoch, das sei ihnen egal und eigene Etagen seien übertrieben. Jedoch sollten die Flure hell beleuchtet sein.



WÜRDEN SIE SICH WÜNSCHEN, EIN GANZ BESTIMMTES ZIMMER RESERVIEREN ZU KÖNNEN (ALSO Z.B. ZIMMER 216)?

Teilnehmer: 415

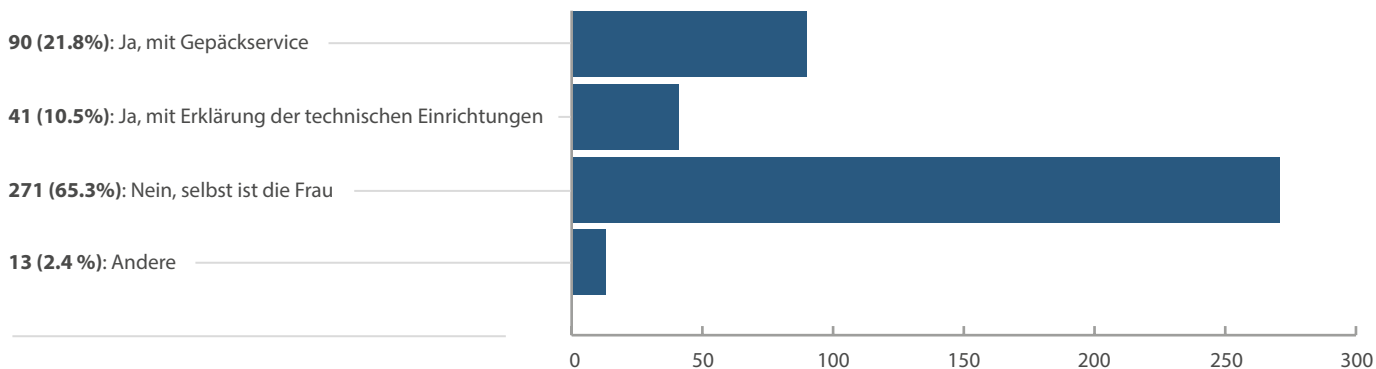
Immerhin 48,6% würden es begrüßen, wenn man ein ganz bestimmtes Zimmer reservieren könnte, vielleicht ist das eine Tendenz, der sich Hotels künftig stellen müssen?



WÜRDEN SIE GERNE VOM HOTELPERSONAL ZUM ZIMMER BEGLEITET WERDEN?

Teilnehmer: 415

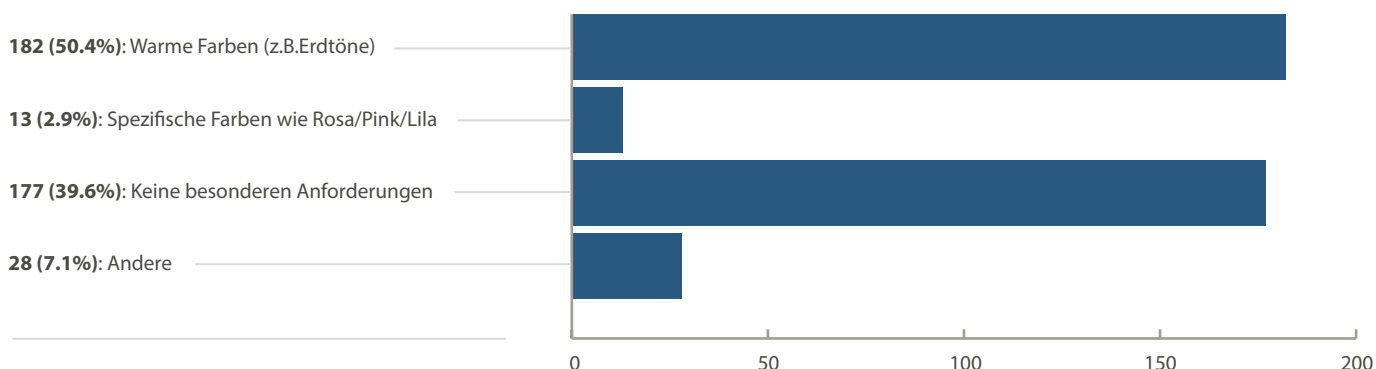
Die Emanzipation wird ganz klar bei der nächsten Frage unter Beweis gestellt: 21,8% wünschen einen Gepäckservice, 10,5% eine Erklärung der technischen Einrichtungen im Zimmer. „Nein, selbst ist die Frau“ ist mit zwei Dritteln (65,3%) die häufigste Nennung auf die Frage, ob „Frau“ gerne vom Hotelpersonal zum Zimmer begleitet werden würde.



HABEN SIE BESONDERE VORSTELLUNGEN AN DAS AMBIENTE DES ZIMMERS?

Teilnehmer: 400

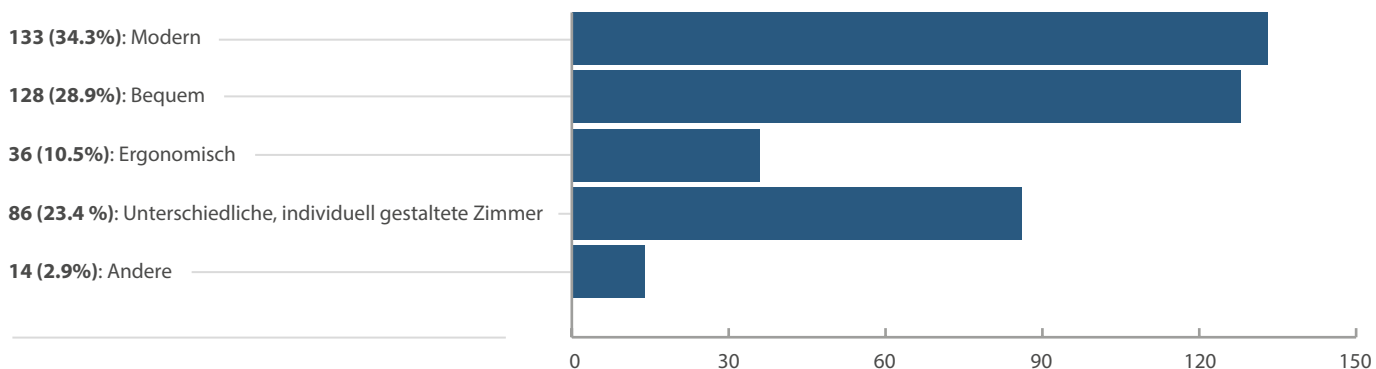
Ebenso werden die Fragen nach dem Ambiente und der Einrichtung nahezu so beantwortet, wie man sie auch für einen modernen männlichen Businessreisenden unterstellen könnte: Rosa, Pink und Lila sind mit 2,9% klar im Abseits, 50,4% wünschen sich warme Farben und 39,6% haben keine besonderen Anforderungen.



HABEN SIE BESONDERE VORSTELLUNGEN AN DAS MOBILIAR DES ZIMMERS?

Teilnehmer: 397

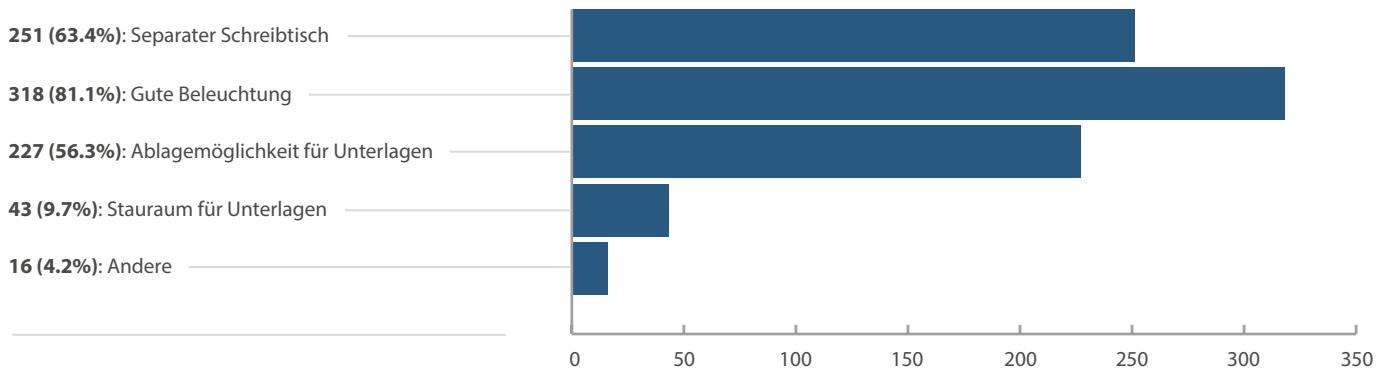
Die Einrichtung sollte modern und bequem sein, immerhin 23,4% wünschen sich unterschiedliche, individuell gestaltete Zimmer.



HABEN SIE BESONDERE ANSPRÜCHE AN DEN ARBEITSBEREICH DES ZIMMERS?

Teilnehmer: 395

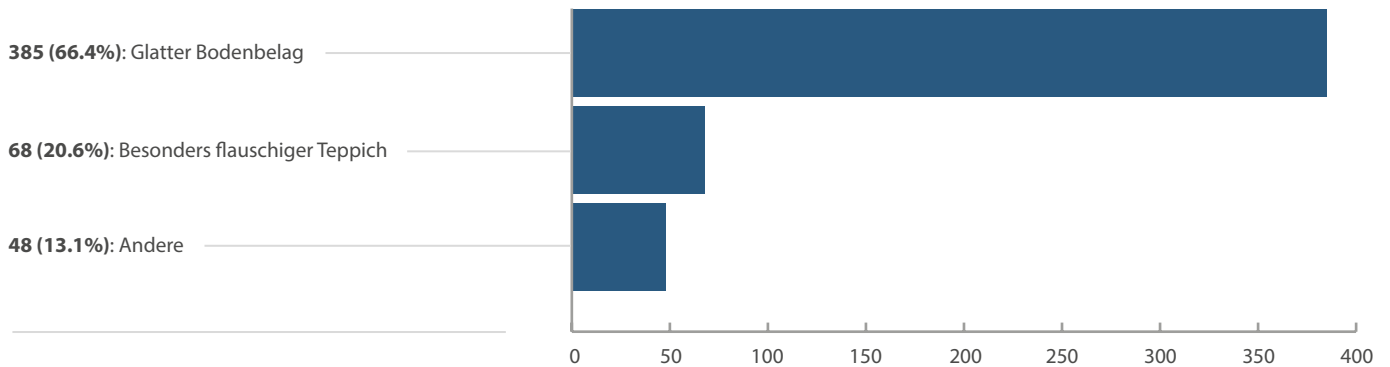
Auch die Vorstellungen an den Arbeitsbereich im Zimmer decken sich mit denen männlicher Geschäftsreisender: Ein separater Schreibtisch mit gut erreichbaren Steckdosen, eine gute Ausleuchtung sowie eine Ablagemöglichkeit für Unterlagen stehen bei den Frauen hoch im Kurs. Ein ergonomischer Schreibtischstuhl und schnelles WLAN runden die Wunschliste ab.



HABEN SIE BESONDERE ANFORDERUNGEN AN DEN BODEN DES ZIMMERS?

Teilnehmer: 359

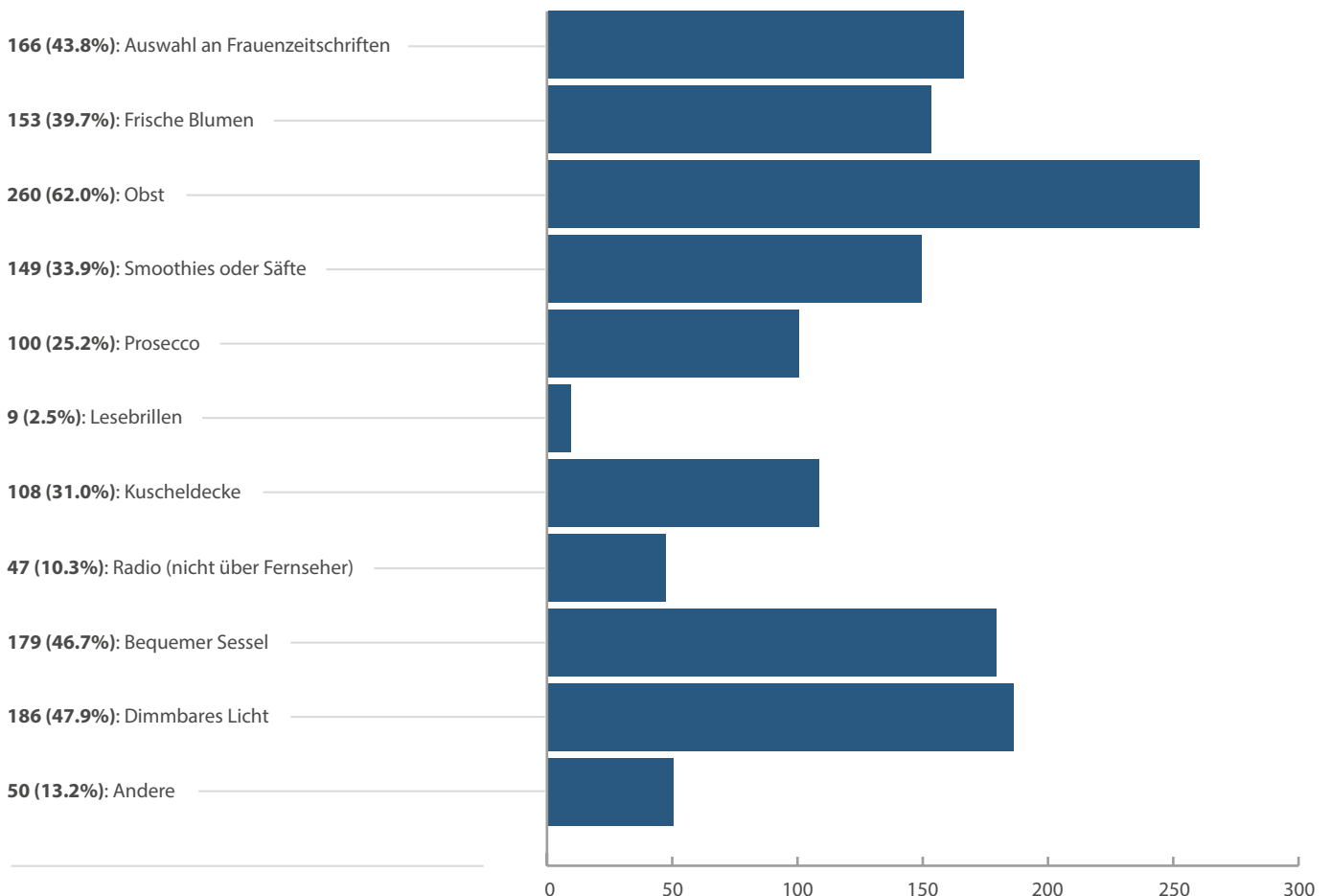
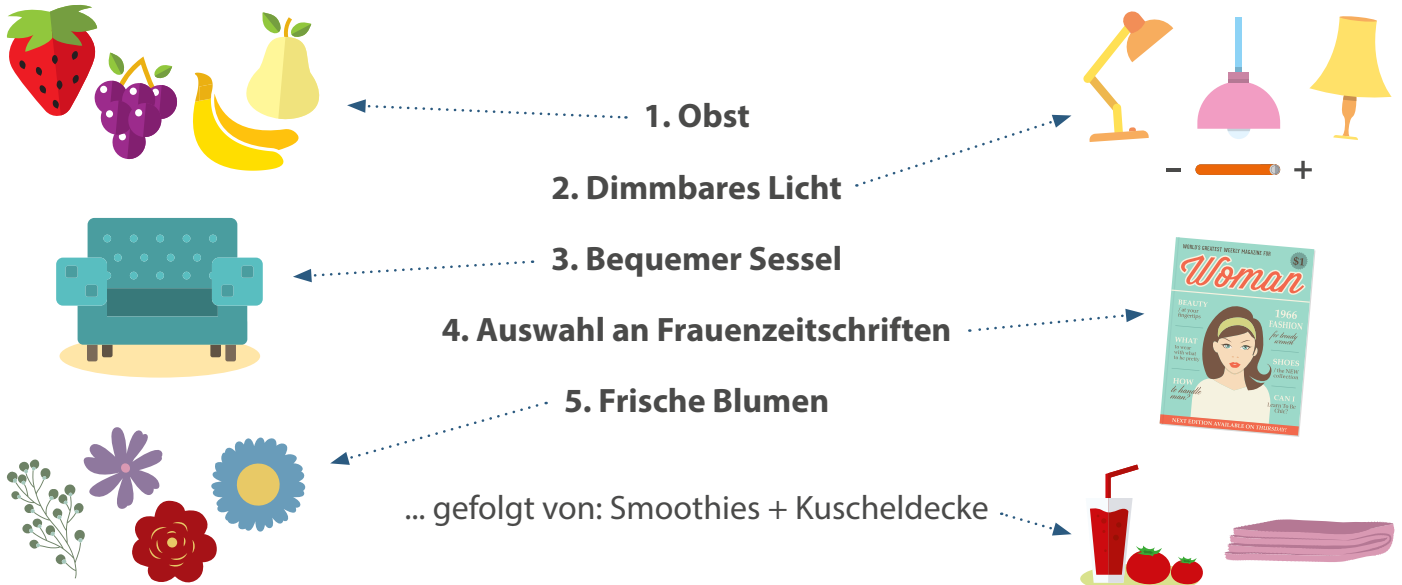
Sauber, hygienisch und pflegeleicht sind die Attribute, die zwei Drittel (66,4%) dem Fußbodenbelag zuordnen und sich für glatte Böden wie Laminat oder Parkett aussprechen.



Nun kommen wir zu einigen Bereichen, zu denen wir die Top 5 Antworten auflisten:

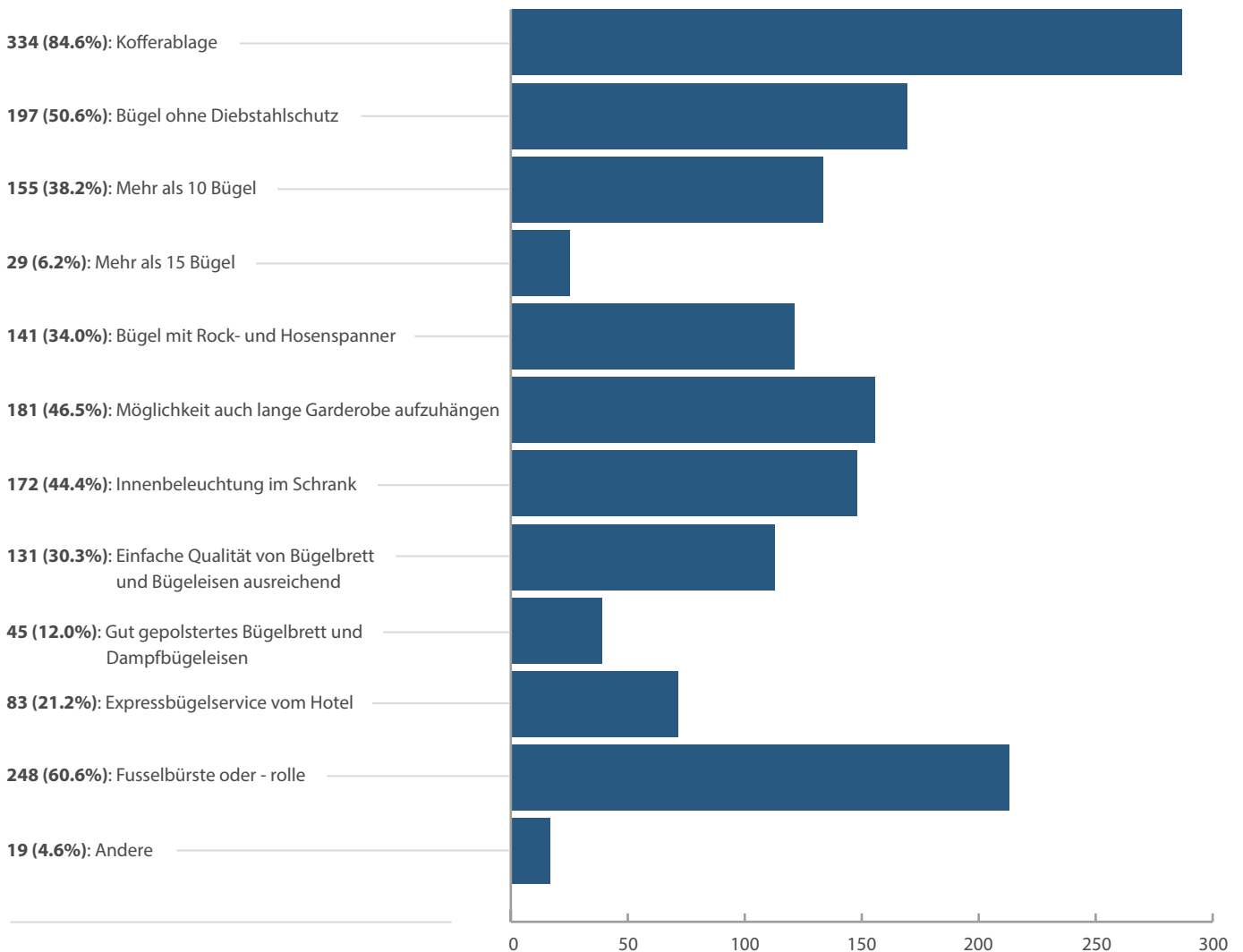
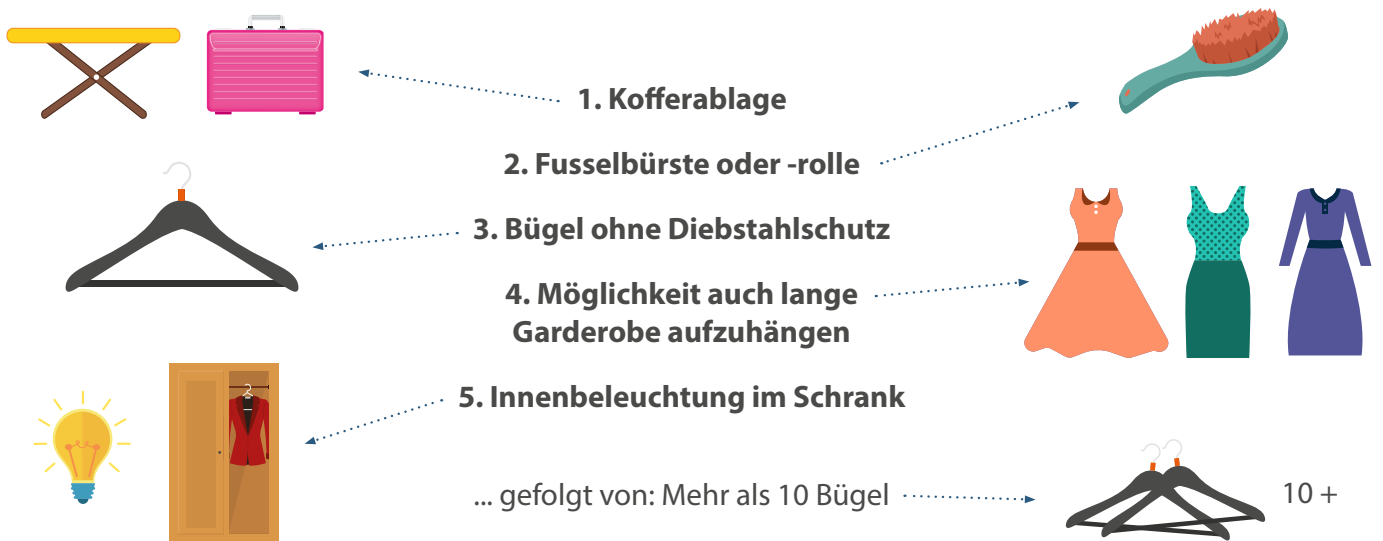
WORÜBER WÜRDEN SIE SICH IM ZIMMER FREUEN?

Teilnehmer: 402



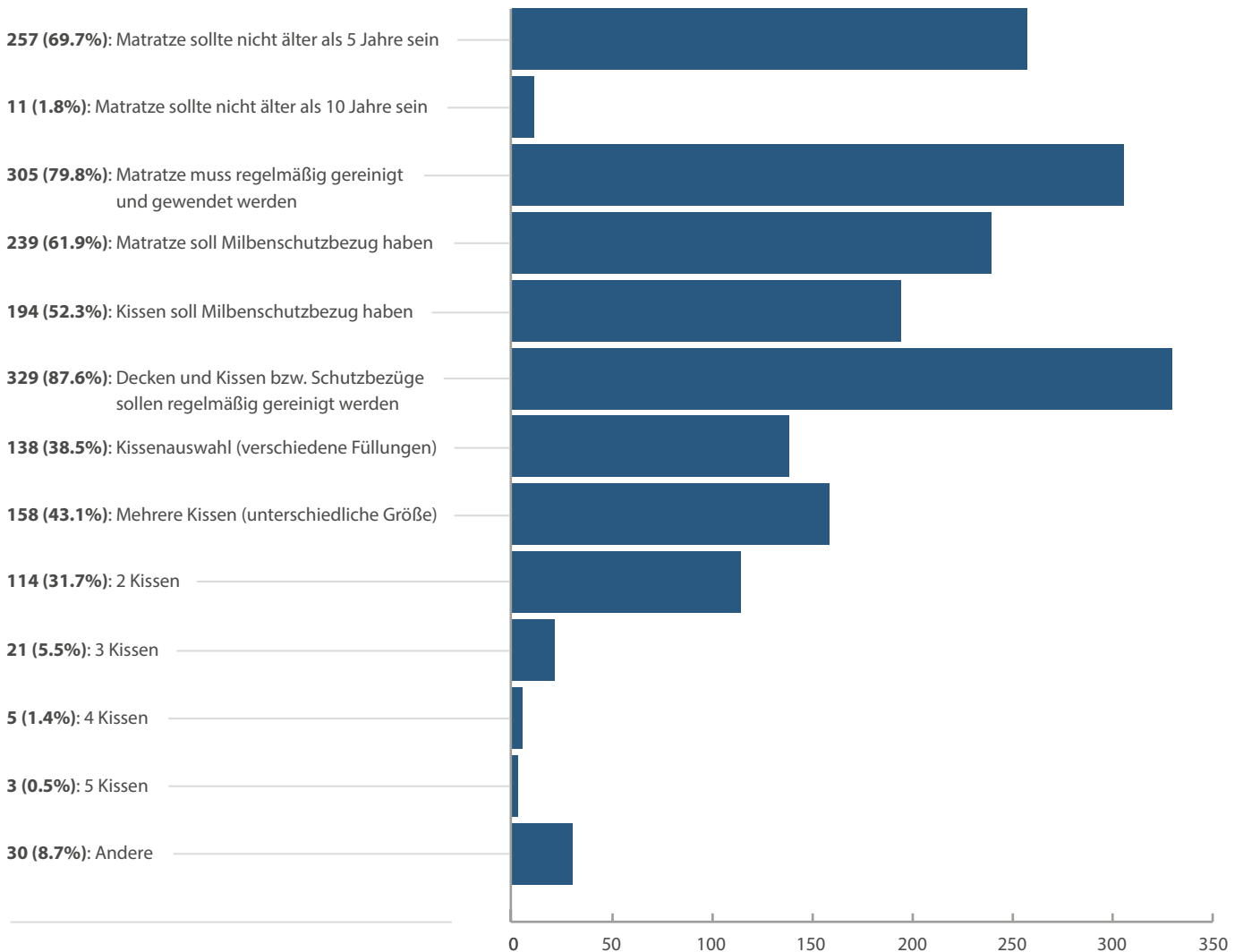
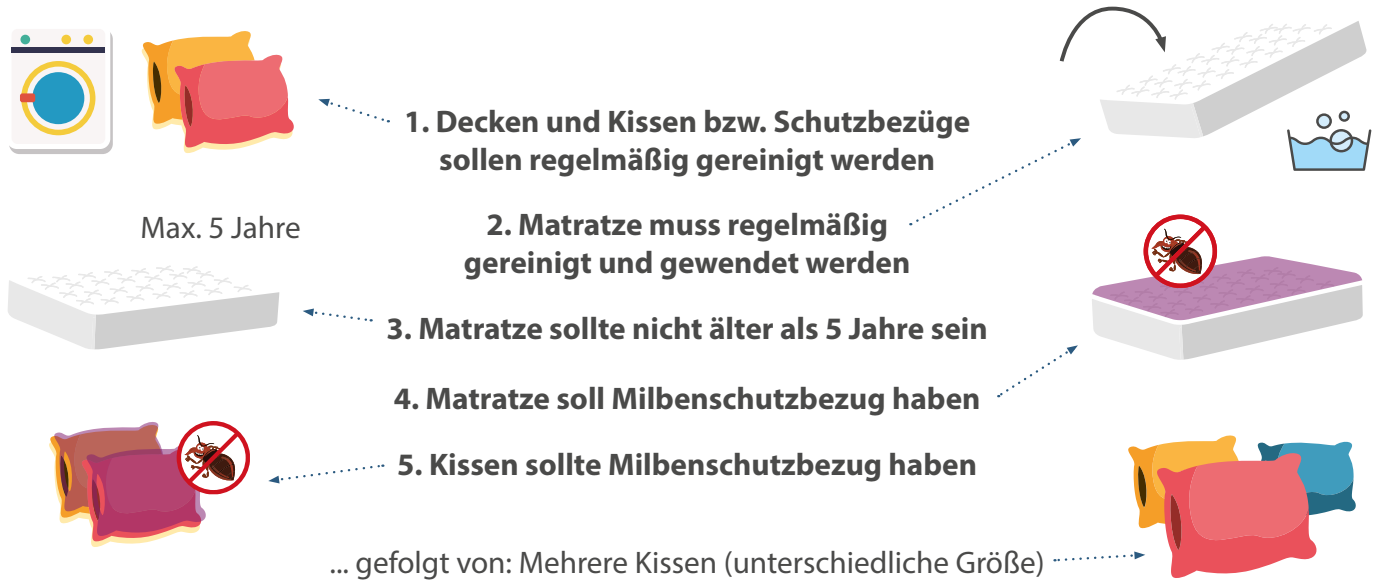
WELCHE AUSSTATTUNG FÜR GEPÄCK UND GARDEROBE WÜRDEN SIE SICH WÜNSCHEN?

Teilnehmer: 402



WELCHE ANFORDERUNGEN HABEN SIE AN DAS BETT?

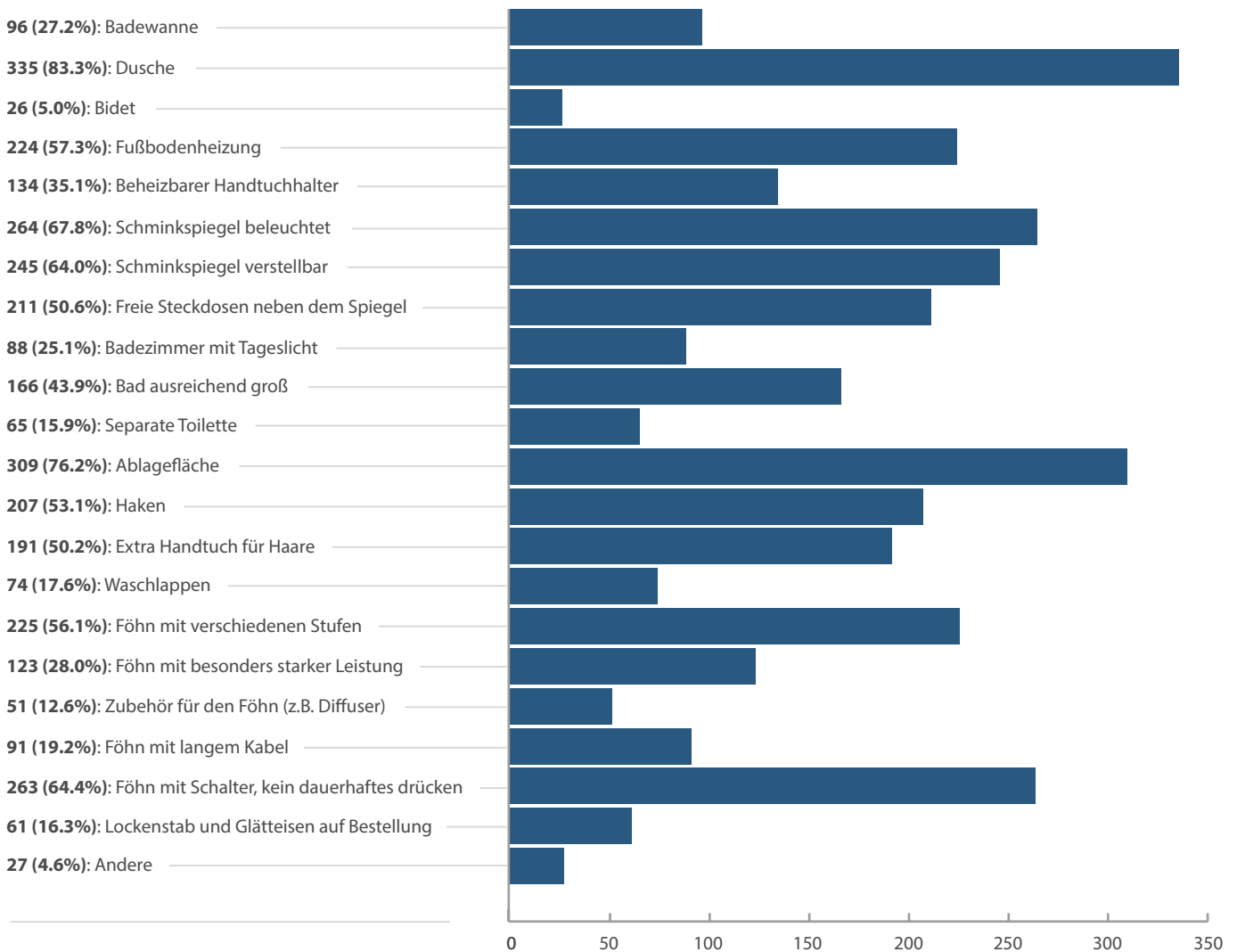
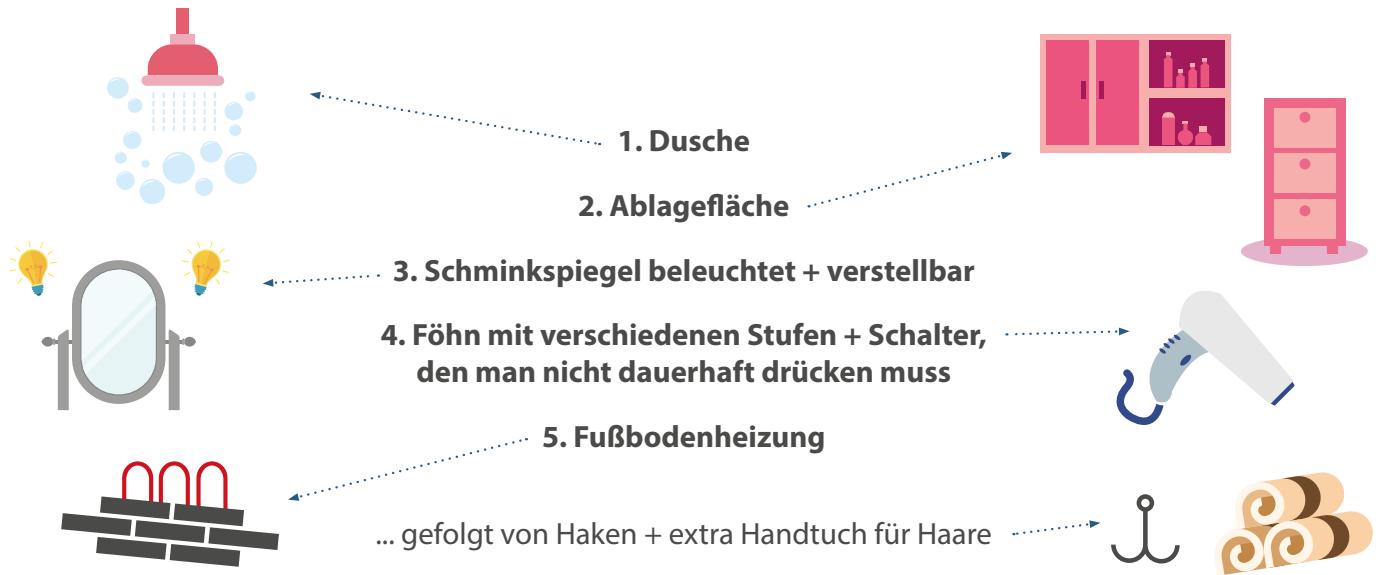
Teilnehmer: 376



IHRE WÜNSCHE ZUM BAD?

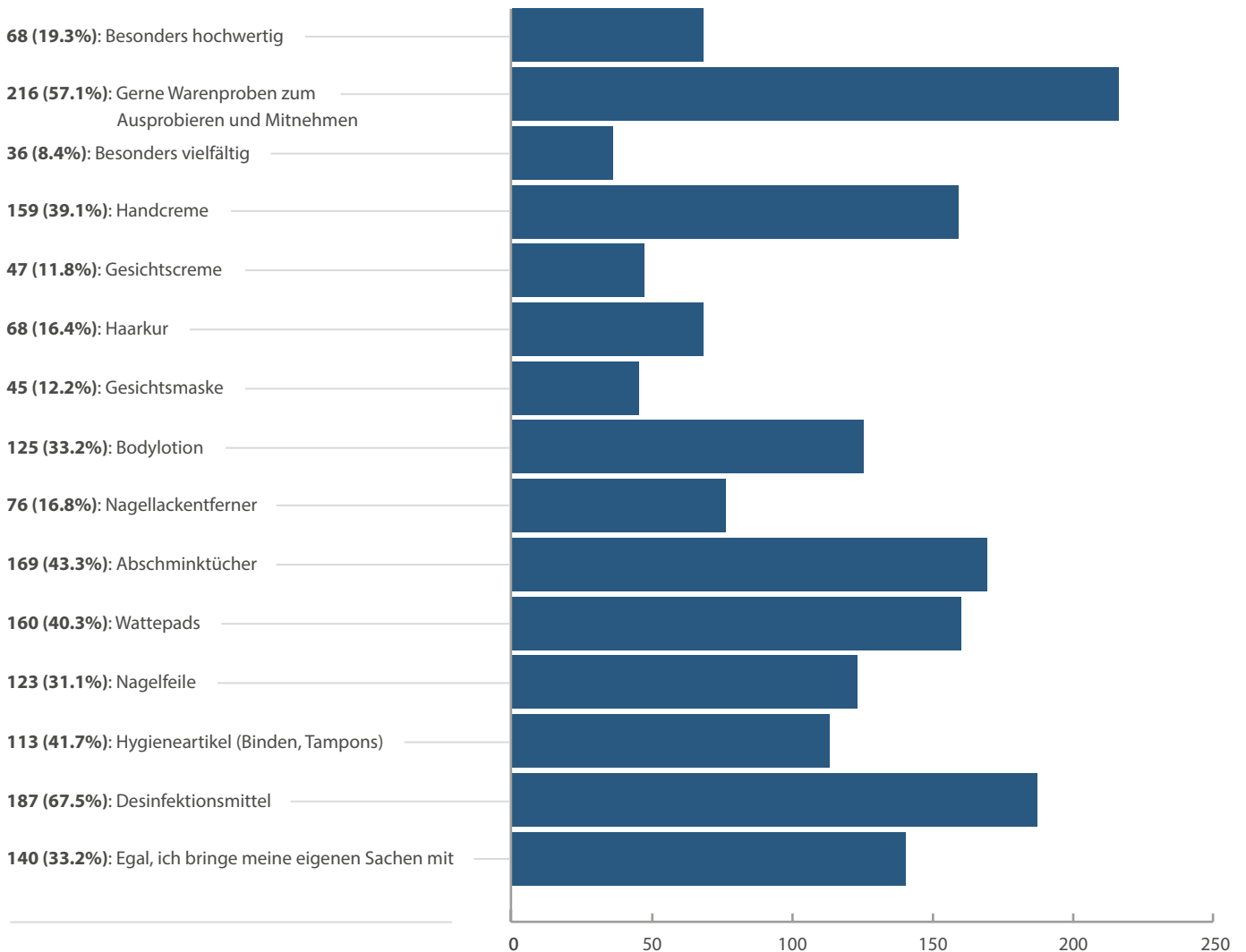
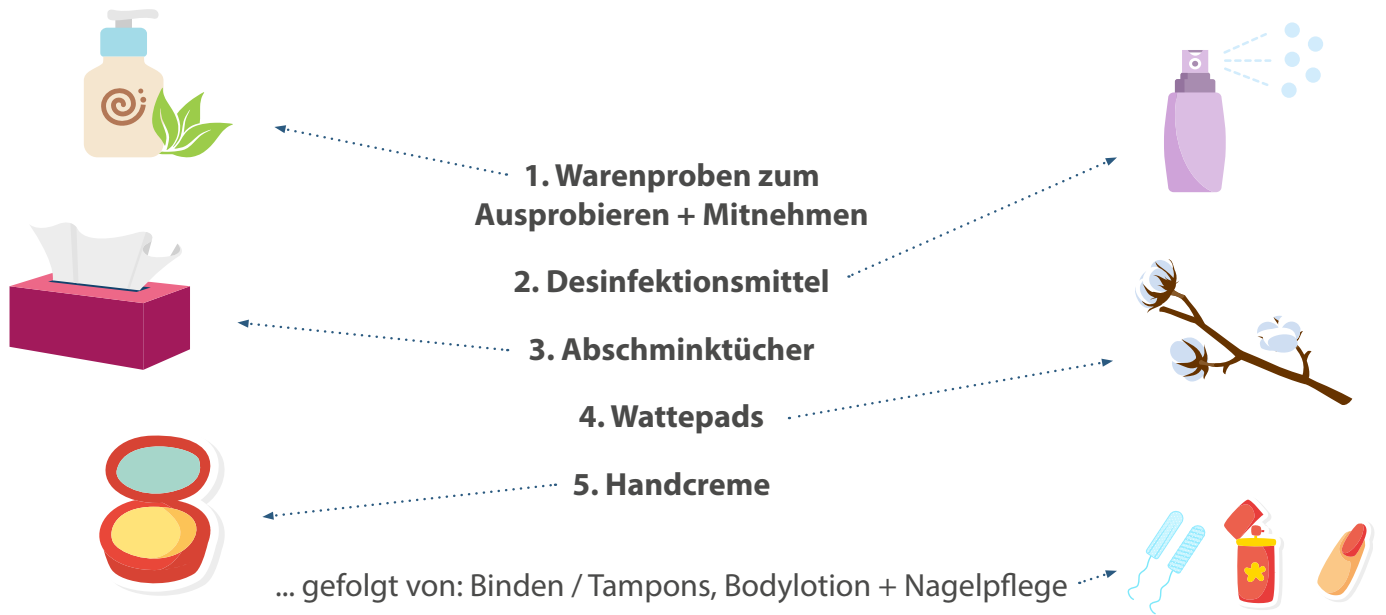
Teilnehmer: 397

Besonders interessant fanden wir die Aussage, dass eine Dusche viermal häufiger gewünscht wird als eine Badewanne. Nur 5% der Frauen wünscht sich ein Bidet. Das sind echte Einsparpotentiale bei der Hotelplanung! Diese werden kompensiert durch Wünsche nach einer Fußbodenheizung und leistungsstarken Föhns mit Zubehör und beleuchteten Schminkspiegeln.



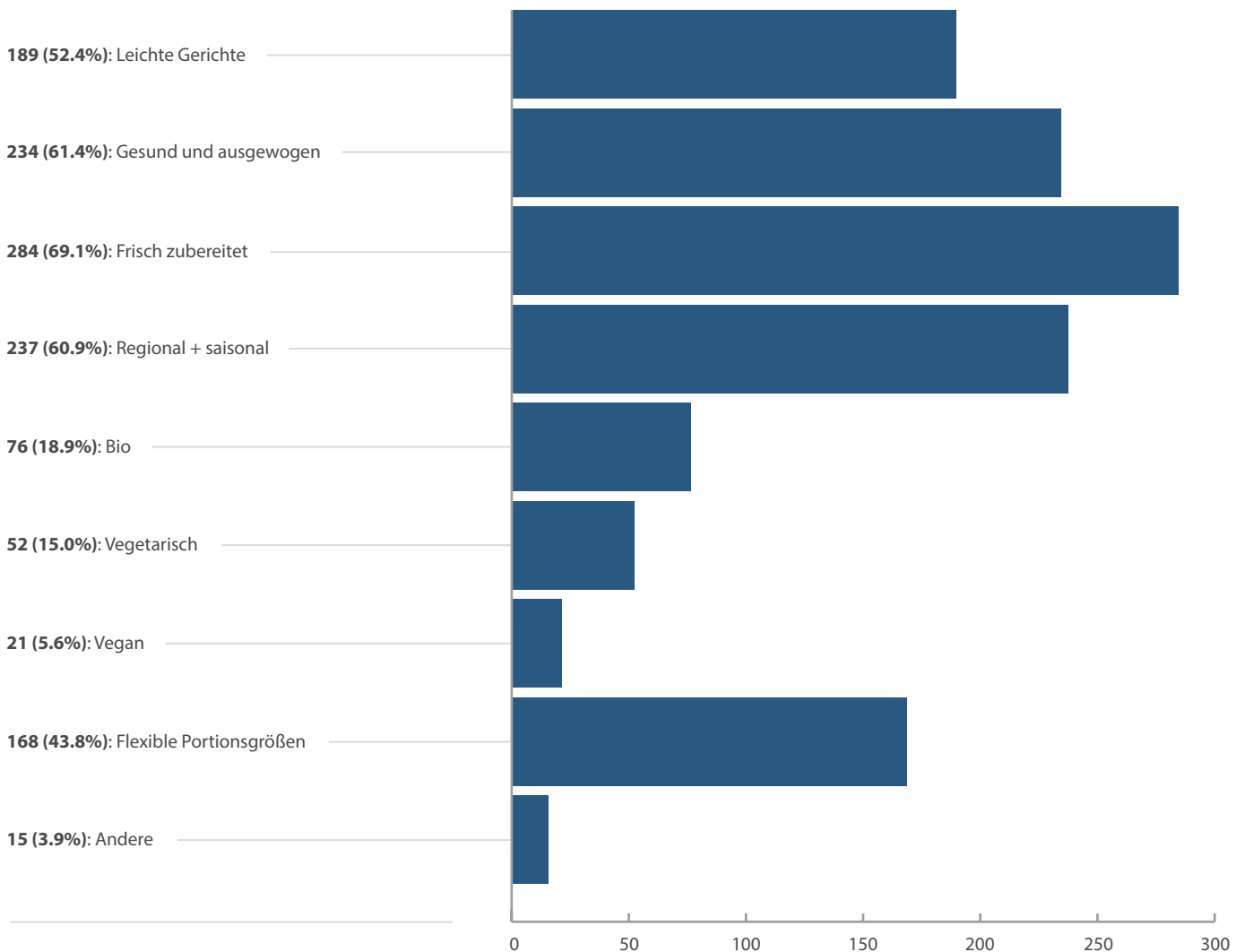
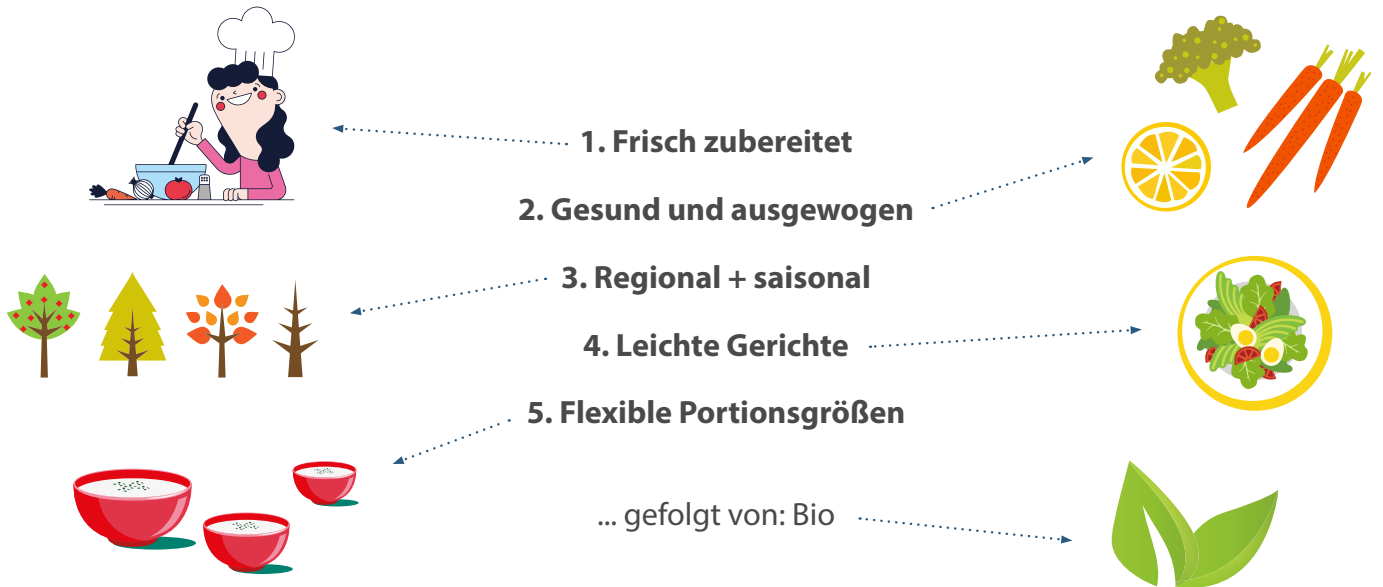
IHRE WÜNSCHE ZUR KOSMETIK?

Teilnehmer: 394



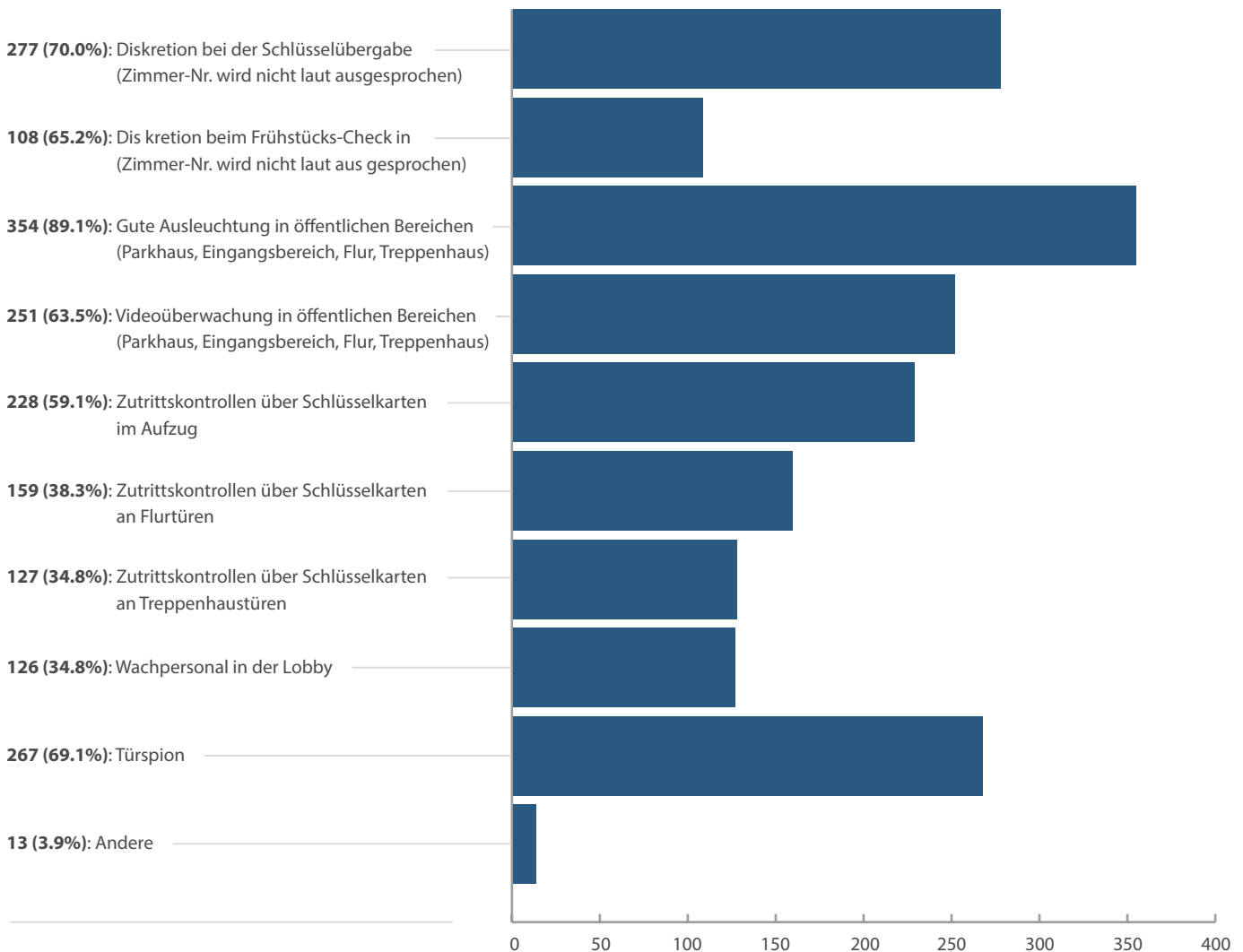
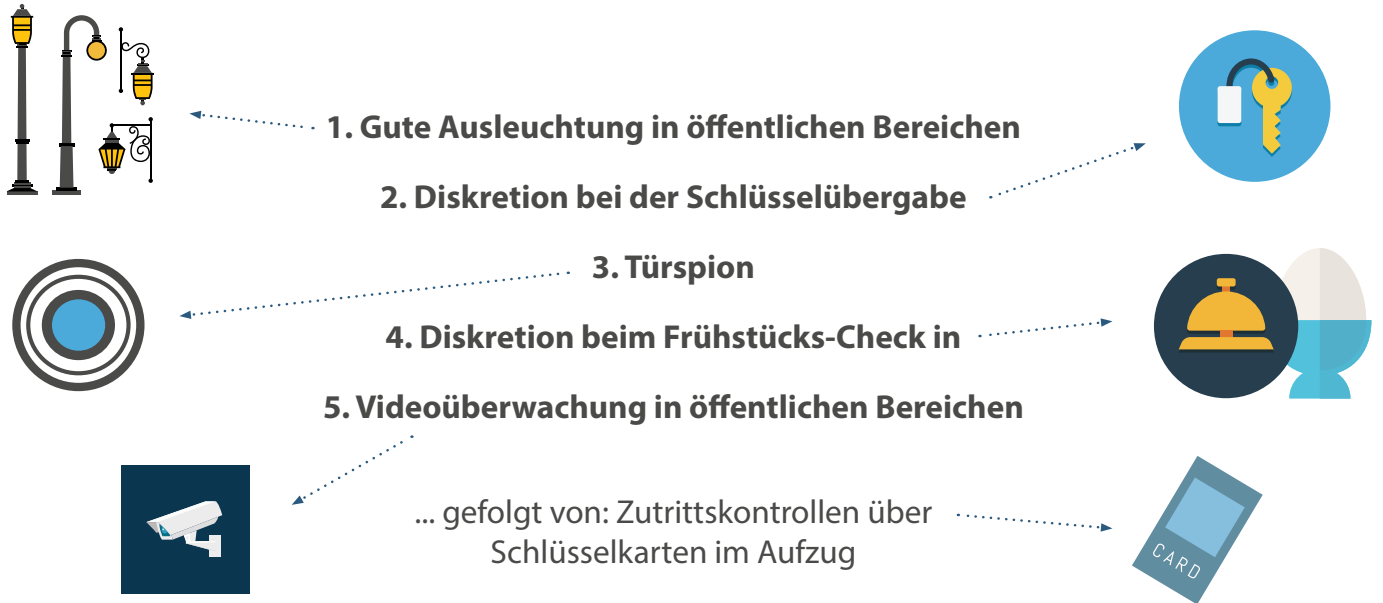
WELCHE ERWARTUNGEN HABEN SIE AN DAS SPEISENANGEBOT?

Teilnehmer: 387



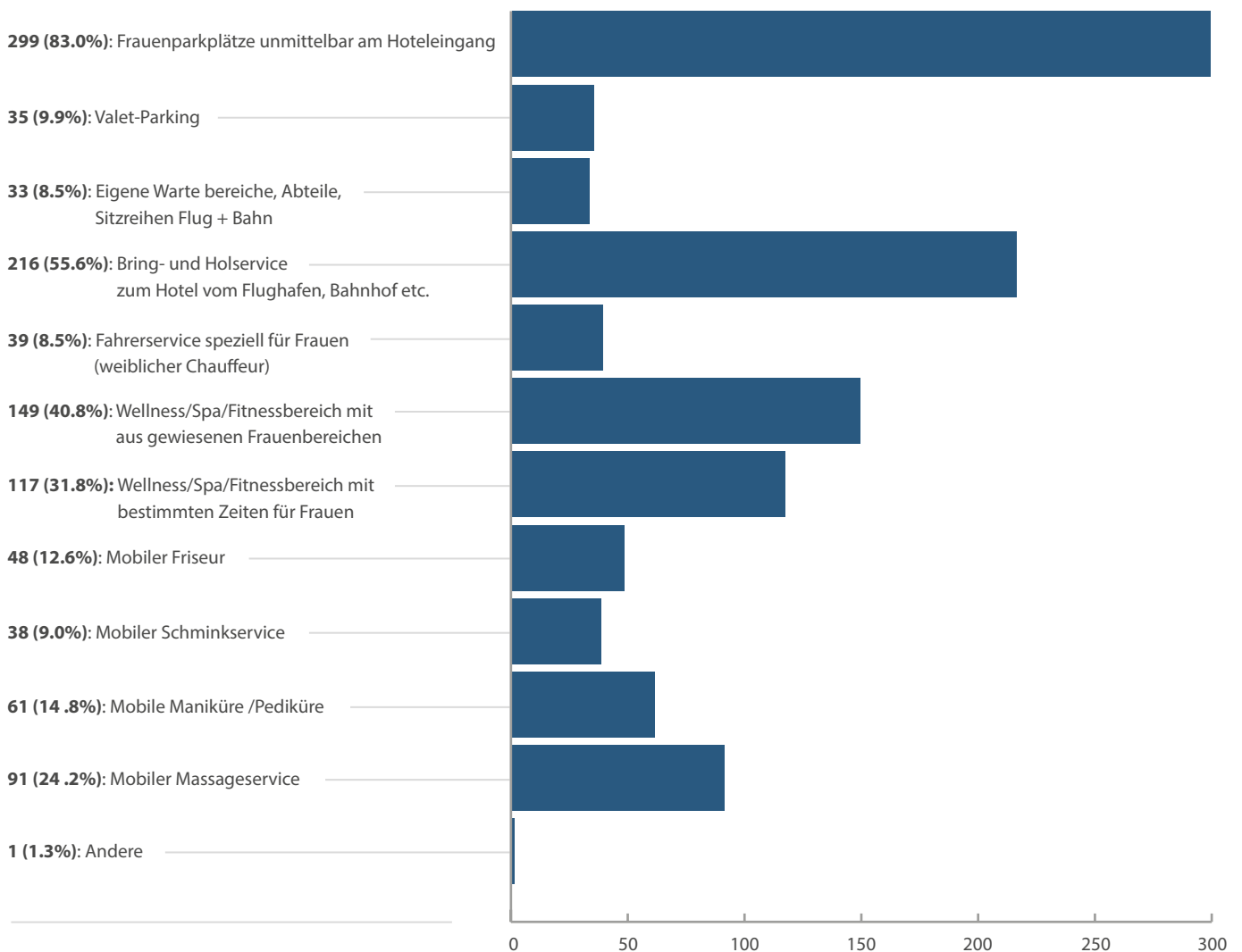
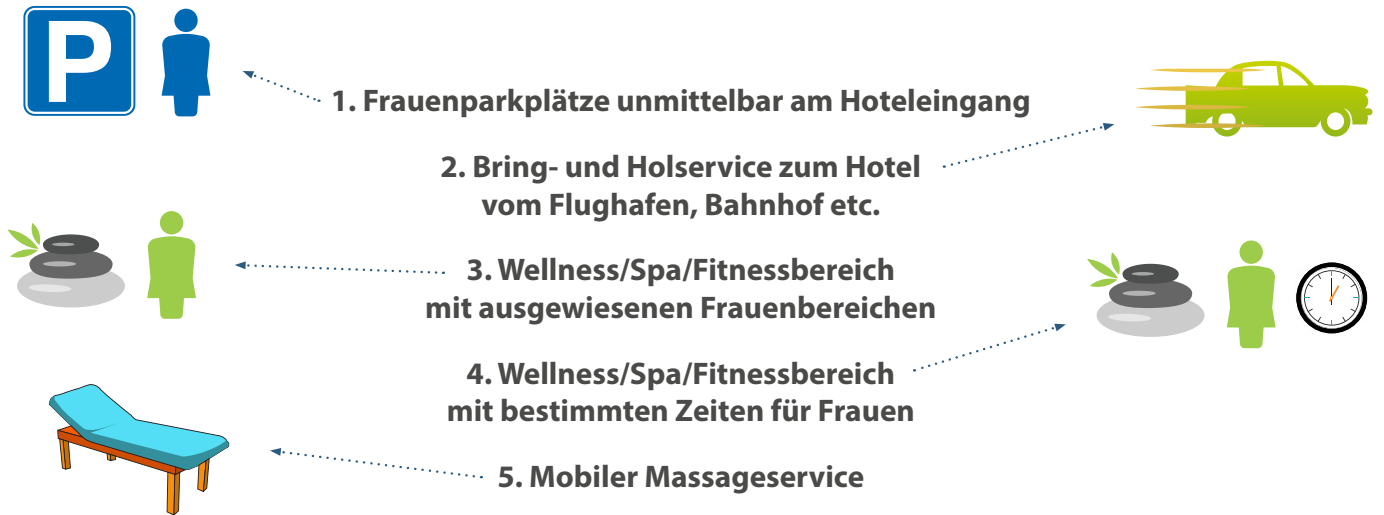
WELCHE SICHERHEITS-/DISKRETIONSOPTIONEN WÜRDEN SIE BEVORZUGEN?

Teilnehmer: 385



WELCHE GESONDERTEN ANNEHMLICHKEITEN WÜRDEN SIE IN ANSPRUCH NEHMEN?

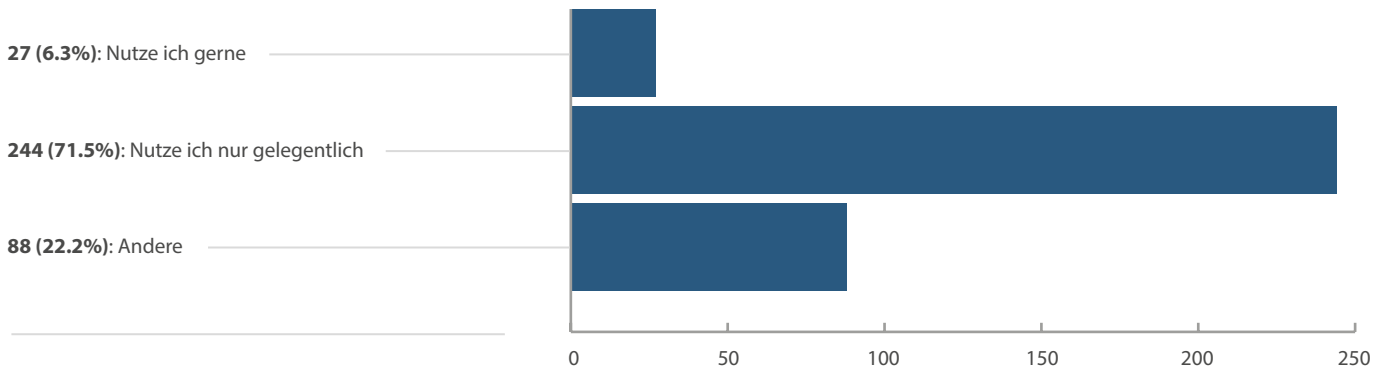
Teilnehmer: 370



NUTZEN SIE DEN ROOMSERVICE?

Teilnehmer: 359

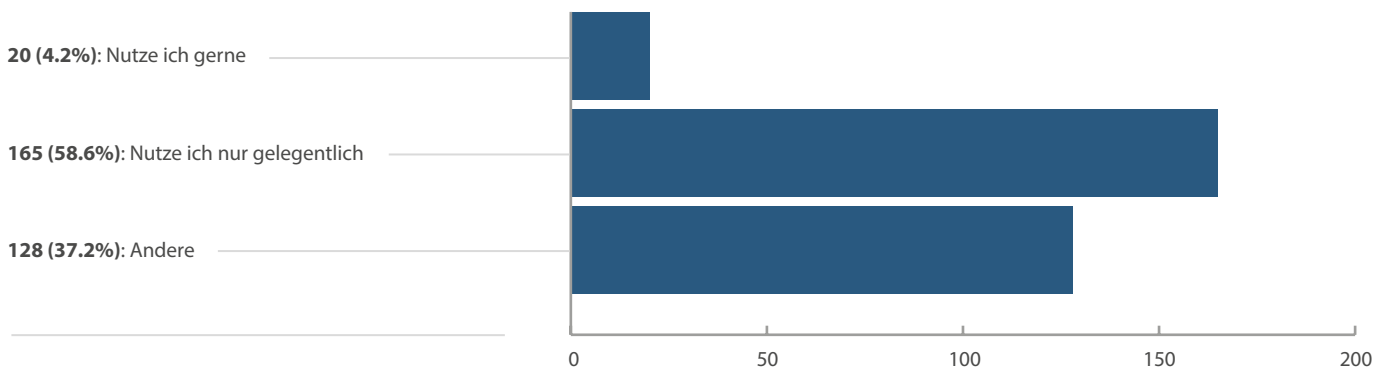
Der nächste Fragenkomplex drehte sich um das Thema Essen + Trinken. Roomservice nutzen nur 6,3% gerne. Gelegentlich immerhin 71,5%. Die Begründungen dafür reichen von „ist zu teuer“ über „ich mag keine Essensgerüche im Zimmer“, „ich esse gerne im Restaurant“ bis zu „ich esse lieber in Gesellschaft“.



NUTZEN SIE GERNE LIEFERDIENSTE?

Teilnehmer: 313

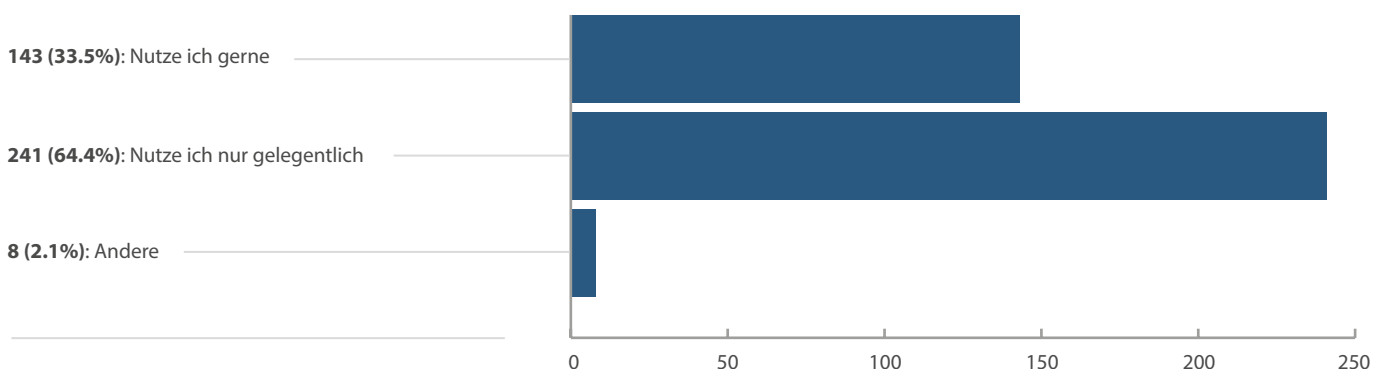
Externe Lieferdienste werden nur von 4,2% gerne in Anspruch genommen. Viele sagen, dass fänden sie komisch, eine Bestellung ins Hotel liefern zu lassen. Aber auch Zweifel an der Qualität und Frische werden geäußert und dass man nicht alleine im Zimmer essen wolle.



NUTZEN SIE DAS HOTEL-RESTAURANT?

Teilnehmer: 392

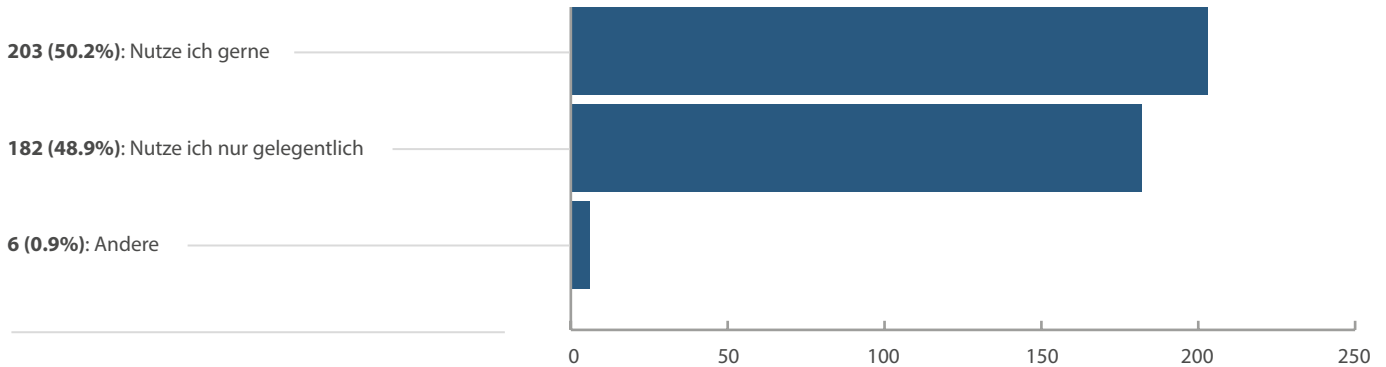
Konsequenter Weise sagen dann 33,5%, dass sie Hotelrestaurants gerne nutzen, gelegentlich essen 64,4% im Restaurant. Als Anmerkung wird aber auch hier der hohe Preis genannt und dass man lieber mal „raus“ gehen wolle, um die Stadt und andere Restaurants kennenzulernen.



NUTZEN SIE GERNE RESTAURANTS IN DER UMGEBUNG?

Teilnehmer: 391

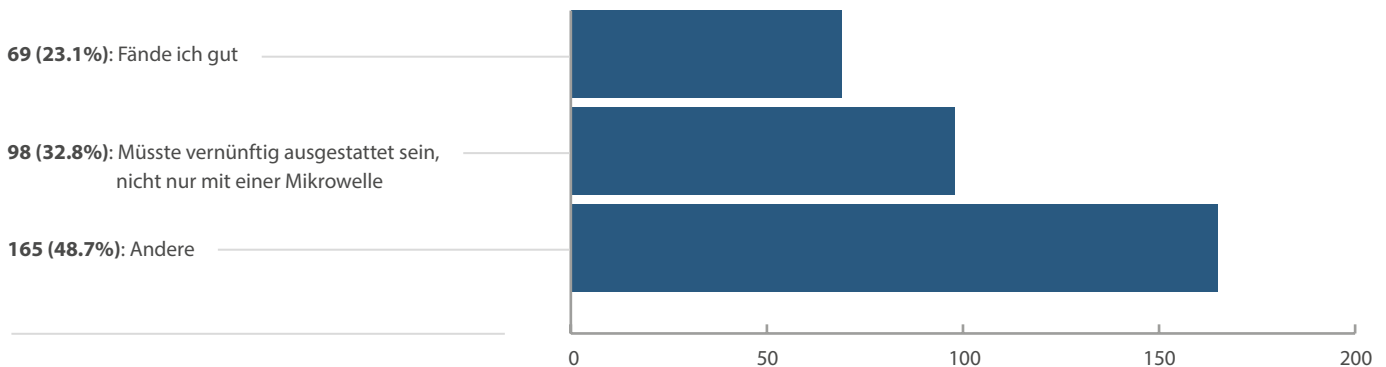
So verwundert es auch nicht, dass die Nutzung von Restaurants in der Umgebung von der Mehrheit (50,2%) gerne erfolgt, 48,9% immerhin noch gelegentlich. Hier wird als Argument häufig genannt, dass man nicht gerne alleine essen wolle.



WÜRDEN SIE EINE EIGENE KÜCHE IM ZIMMER NUTZEN?

Teilnehmer: 316

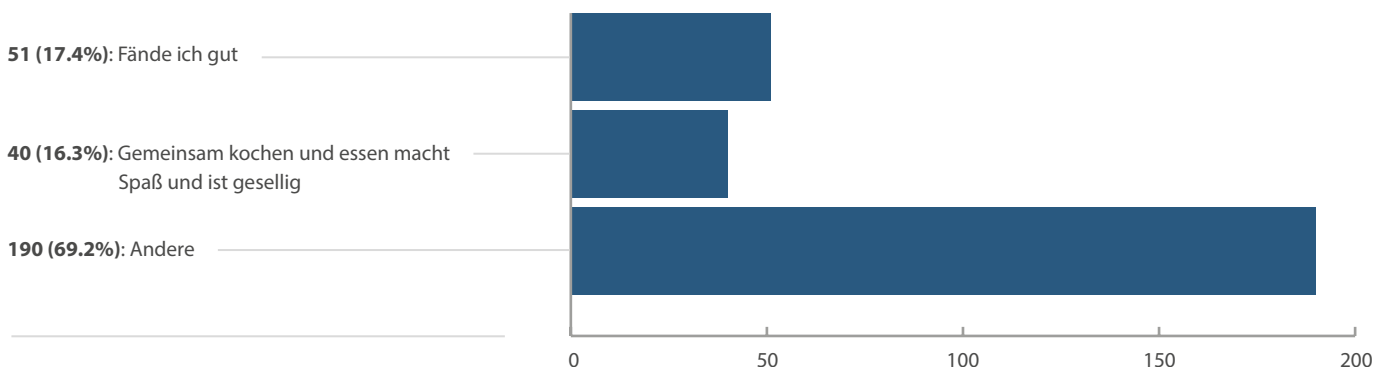
Über eine eigene Küche im Zimmer, wie sie in Aparthotels angeboten werden, würden sich 23,1% freuen. Weitere 32,8% verlangen eine vernünftige Ausstattung, also nicht nur eine Mikrowelle. Allerdings gibt der Rest an, dass man auf einer Geschäftsreise nicht noch kochen wolle.



WÜRDEN SIE EINE GEMEINSCHAFTSKÜCHE NUTZEN?

Teilnehmer: 275

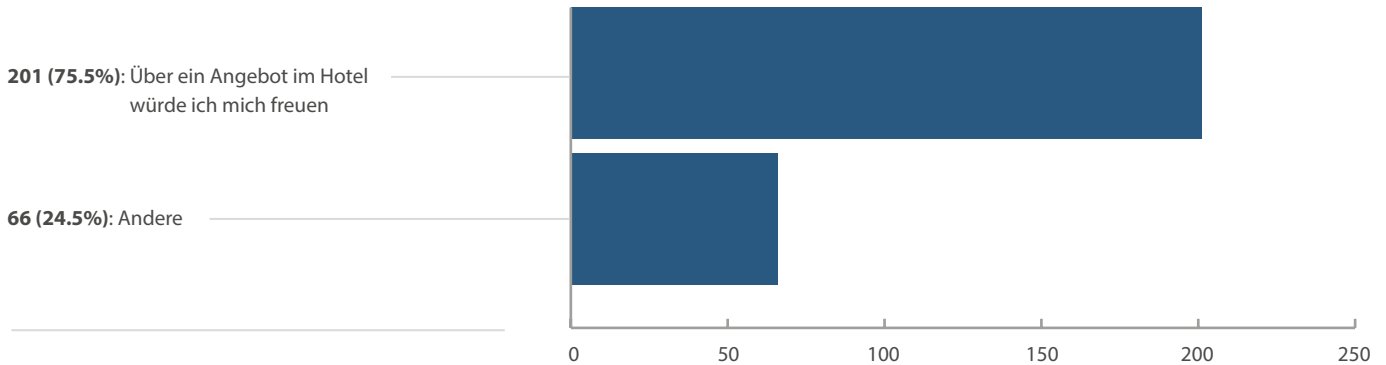
Nun fragten wir auch nach dem neuen Trend, eine Gemeinschaftsküche zu nutzen. Ein Drittel (33,7%) fände das gut, denn gemeinsam kochen und essen macht Spaß und ist gesellig. Ablehnende Kommentare waren: nein, niemals, wäre mir zu eng, wäre mir zu viel Aufwand, möchte meine Ruhe, andere Gäste hantieren „unhygienisch“, nur bei Langzeitaufenthalten. Tipp: In Verbindung mit einem Kochkurs wäre das aber etwas Anderes!



NUTZEN SIE GERNE ANGEBOTE ZUR GESELLIGKEIT?

Teilnehmer: 267

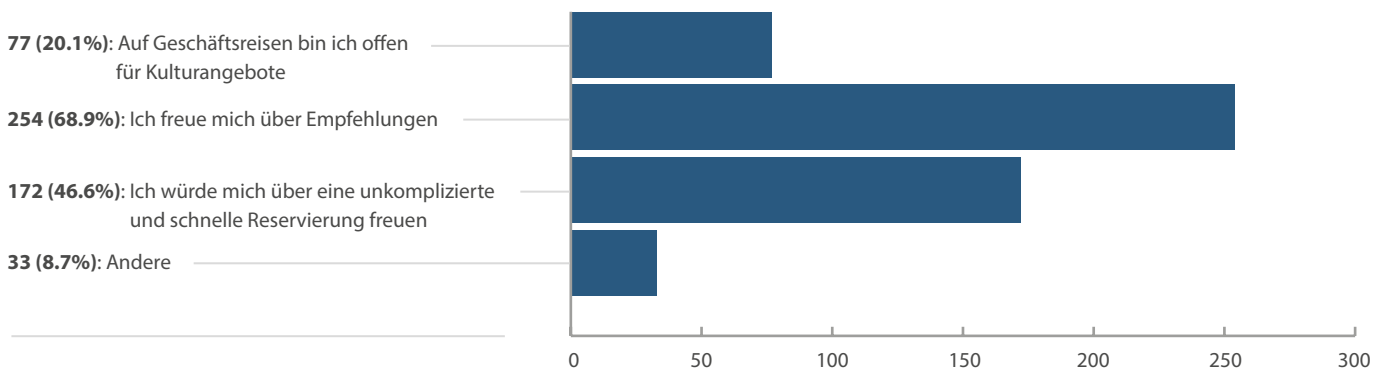
Drei Viertel der allein reisenden Geschäftsfrauen (75,5%) würden sich jedoch über ein Angebot im Hotel zur Geselligkeit freuen. Ein Beispiel sind sogenannte Communal Tables in Hotelrestaurants, an denen solo Reisende ungezwungen ins Gespräch kommen. Man sitzt und isst nicht alleine an einem Katzentisch, sondern speist in Gesellschaft.



NUTZEN SIE GERNE KULTURANGEBOTE?

Teilnehmer: 365

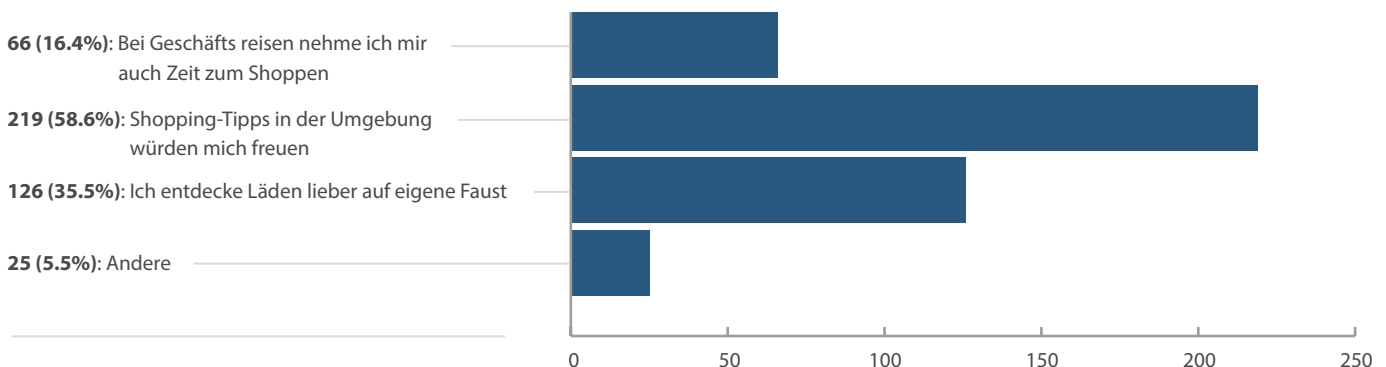
Interessant sind die Antworten zu den Zusatzangeboten. Das Thema Kultur ist für fast alle Frauen spannend. 20,1% geben an, sie seien auf Geschäftsreisen offen für Kulturangebote, sogar 68,9% würden sich über Empfehlungen freuen. Fast die Hälfte (46,6%) würde sich über eine unkomplizierte und schnelle Reservierung freuen. Nur 8,7% geben an, dafür keine Zeit zu haben.



NUTZEN SIE GERNE SHOPPINGANGEBOTE?

Teilnehmer: 367

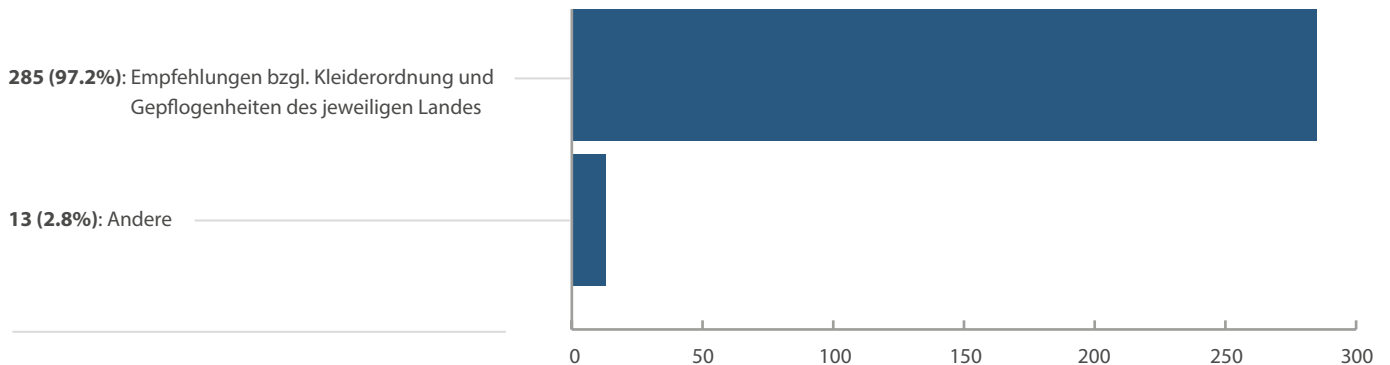
Ähnlich sieht es bei Shoppingangeboten aus. 5,5% haben keine Zeit. Der Rest freut sich über Shopping-Tipps in der Umgebung (58,6%) oder entdeckt lieber auf eigene Faust spannende Läden (35,5%). Das sind klare Wünsche, die ein Concierge oder die Anbieter der digitalen Gästemappen perfekt erfüllen können!



GENERELLE INFORMATIONEN

Teilnehmer: 298

Für Empfehlungen zu passender Kleidung und Gepflogenheiten des jeweiligen Landes zeigen sich 97,2% der Frauen offen.

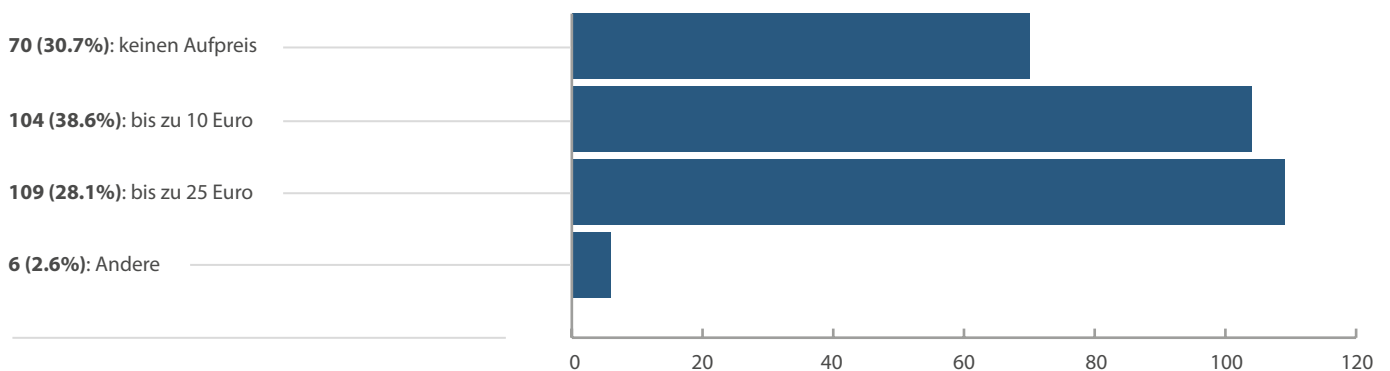


WELCHEN AUFPREIS WÄREN SIE BEREIT ZU ZAHLEN, WENN ES EIN ENTSPRECHENDES ANGEBOT FÜR FRAUEN IM HOTEL GÄBE?

Teilnehmer: 375

Qualität hat ihren Preis.

Zwei Drittel der teilnehmenden Frauen geben an, dass sie bereits wären, einen Aufpreis für ein entsprechendes Angebot zu bezahlen. 38,6% bis zu 10 Euro, 28,1% bis zu 25 Euro.



FAZIT

Umfrage Reisen Frauen anders?

Frauen sind anspruchsvolle Gäste. Sie haben ein ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis, möchten in ihrem Zimmer ein kleines „Verwöhnambiente“ geboten bekommen und freuen sich, wenn sie im Bad eine gute Ausstattung mit Schminkspiegel und leistungstarkem Föhn vorfinden.

Frauen sind offen für Empfehlungen und Kulturangebote. Sie sind gesundheitsbewusst und würden sich daher über variable Portionsgrößen freuen.

Spezielle Nutzungszeiten für Sauna und Fitnessbereiche nur für Frauen stehen hoch im Kurs.

Die Anforderungen zu Zimmer, Arbeitsbereich und Bett sind deckungsgleich mit dem Prüfsiegel „Certified Business Hotel“. Hier sind keine Unterschiede bei Männern und Frauen erkennbar, in punkto Funktionalität, Qualität und Hygiene sind Geschäftsreisende generell und zu recht anspruchsvoll.

Hotels müssen keine großen Investitionen vornehmen, um die Bedürfnisse von Frauen zu erfüllen. Die Summe der Kleinigkeiten schafft ein besonderes Wohlfühlklima: Obst, Blumen, Zeitschriften, Fusselbürste, ein leistungstarker Föhn, ein drittes Handtuch für die Haare, ein frisches, leichtes und saisonales Speisenangebot in flexiblen Portionsgrößen sind die gefragten Komponenten. Wer dann noch mit Kosmetikproben, proaktiven Empfehlungen zu Kultur und Shopping sowie einem Communal Table aufwarten kann, erfüllt die Wünsche von Frauen nahezu vollständig.

Helle Flure, modernes und bequemes Mobiliar, ordentliche Matratzen mit Schutzbezügen und allgemeine Hygiene und Sauberkeit werden vorausgesetzt.



CERTIFIED

b S b

Bundesverband Sekretariat
und Büromanagement e.V.

VDR



REISEN FRAUEN ANDERS ?

Facts & Figures



Umfragezeitraum: 15.02. – 31.03.2017

Teilnehmende: 454

Beteiligte Partner: VDR, bSb, Certified

Anteil von Frauen an Geschäftsreisen: 38,13%

Umsatzvolumen von Businessfrauen im Inland 2016: 1,5 Mrd Euro

Bereitschaft, für entsprechendes Angebot zu bezahlen: 33,3 % nein, 38,6% bis zu 10 €, 28,1 % bis zu 25 €

Lage des Hotels: zentral, zielnah, gute Anbindung ÖPNV, Parkplätze

Größe des Hotels: egal

Zimmergröße: ab 25 qm

Raumaufteilung: für 2/3 ist ein Raum völlig ausreichend

Unterbringung in eigenen Etagen: kontrovers (zwischen abgesichert und egal)

Buchbarkeit eines speziellen Zimmers (z.B. Zimmer 216): 48,6 % ja

Persönliche Begleitung zum Zimmer: von 65% verneint: selbst ist die Frau

Farbgebung: warme Farben (50,4%)

Arbeitsbereich: separater Schreibtisch mit ausreichender Ablagefläche und gut erreichbaren Steckdosen, ausreichend Licht, leistungsstarkes WLAN, ergonomischer Stuhl

Fußboden: glatter Bodenbelag (hygienisch, pflegeleicht)

Ausstattung Zimmer: Obst, dimmbares Licht, bequemer Sessel, Frauenzeitschriften, frische Blumen

Gepäck + Garderobe: Kofferablage, Fusselrolle, Bügel ohne Diebstahlschutz, Platz für lange Garderobe, Innenbeleuchtung im Schrank

Bett: regelmäßige Reinigung von Kissen, Decke und Matratze, Matratze max. 5 Jahre alt, Milbenschutzbezüge für Kissen und Matratze

Bad: Dusche statt Wanne, ausreichend Ablagefläche, Schminkspiegel, starker Föhn, Fußbodenheizung, extra Handtuch für Haare, (out: Bidet)

Kosmetik: Warenproben zum Testen + Mitnehmen, Desinfektionsmittel, Abschminktücher, Handcreme, Hygieneartikel

Menüauswahl: frisch zubereitet, gesund + ausgewogen, regional + saisonal, leichte gerichte, flexible Portionsgrößen

Sicherheit: gute Ausleuchtung, Diskretion bei Schlüsselübergabe + Frühstücks Check-in, Türspion, Videoüberwachung

Gewünschte Annehmlichkeiten: Frauenparkplätze unmittelbar am Eingang, Bring- und Holservice von Flughafen, Bahnhof etc., Wellness-, Spa- + Fitnessbereich extra für Frauen oder mit bestimmten Zeiten für Frauen, mobiler Massageservice

Roomservice: nur 6,3% nutzen ihn gerne: zu teuer, bin lieber in Gesellschaft...

Externe Lieferdienste: nur 4,2% nutzen ihn gerne: Zweifel an Qualität, Hemmschwelle (Hotel)

Hotelrestaurant: 33,5% nutzen gerne

Restaurants in der Umgebung: 50,2 % gerne

Eigene Küchenzeile im Zimmer: kontrovers: 55% positiv, Rest will auf Geschäftsreise nicht selbst kochen

Gemeinschaftsküche: immerhin 33,7% fänden das gut (gemeinsam essen + kochen macht Spaß)

Communal Table: 75,5% würden sich über ein solches Angebot freuen

Kultur+Shoppen: deutliche Mehrheit ist für Anregungen + Empfehlungen offen



CERTIFIED

THE BETTER PLACE

GETESTET, EMPFOHLEN UND AUSGEZEICHNET

Certified - Das Qualitätszertifikat für den anspruchsvollen Geschäftsreisenden

Certified GmbH & Co. KG

Bosenheimer Straße 218

55543 Bad Kreuznach

Tel. +49 (0)671 / 483 117-0

Fax +49 (0)671 / 483 117-11

info@certified.de

www.certified.de



Besuchen Sie uns auf Facebook:
www.facebook.com/certified.de



Besuchen Sie uns auf Instagram:
www.instagram.com/certifiedthebetterplace