



## Pressemitteilung

# HP-Studie: Geschäftsreisende nutzen Reisezeit intensiv für die Arbeit

## Zunehmender Gebrauch von Consumer-PCs im Business-Bereich

---

### Pressekontakt:

Eleonore Körner  
PR Manager Printing und  
Personal Systems  
Tel.: 07031 /14-62 60  
E-Mail: [eleonore.koerner@hp.com](mailto:eleonore.koerner@hp.com)

### HP Presseservice:

F&H Public Relations GmbH  
Brabanter Str. 4  
80805 München

Tel.: 089-121 75 133  
E-Mail: [hp@fundh.de](mailto:hp@fundh.de)  
Internet: [www.fundh.de](http://www.fundh.de)

Böblingen, 31.10. 2013 — Geschäftsreisende sind zu „Just-in-Time“-Arbeitern geworden: 93 Prozent schließen die Vorbereitung für ihre Termine unterwegs ab, das belegt eine neue Studie von HP.

Im Rahmen der Studie wurden 600 Geschäftsleute aus neun europäischen Ländern nach ihren Gewohnheiten, Präferenzen und Produktivitätsanforderungen befragt. Die Geschäftsreisenden mussten entweder die Hälfte ihrer Arbeitszeit unterwegs verbringen oder mindestens zweimal im Monat auf Geschäftsreisen im Ausland unterwegs sein (obere Führungskräfte). Durchgeführt wurde die Studie vom führenden unabhängigen Marktforschungsunternehmen Vanson Bourne im Juni 2013 unter Verwendung eines Online-Fragenkatalogs. Die Teilnehmer kamen aus den verschiedensten Schlüsselbranchen wie Fertigung, IT & Technologie, Finanzdienstleistungen und dem Gesundheitswesen.

54 Prozent der Befragten gaben an, mindestens die Hälfte ihrer Reisezeit mit Arbeit zu verbringen, die direkt mit dem Zweck der Geschäftsreise zu tun hat. Die meisten „Just-in-Time“-Arbeiter finden sich unter den britischen Geschäftsreisenden: 67 Prozent nutzen über die Hälfte ihrer Reisezeit für die Vorbereitung anstehender Termine, wohingegen sich nur 43 Prozent ihrer deutschen Kollegen diesem Druck aussetzen.

Durch Verwendung mobiler Technologie können 88 Prozent der Geschäftsreisenden mit ihrer Arbeit produktiv vorankommen, indem sie ihre E-Mails checken (31 Prozent) Informationen recherchieren (24 Prozent) oder Unterlagen redigieren (22 Prozent). Die größten Hindernisse sind jedoch ein fehlender Internetanschluss (62 Prozent) und mangelnder Remote-Zugriff auf die regulären Arbeits-Tools bzw. -anwendungen (51 Prozent).

### Geschäftsleute wollen Business-Produkte mit mehr Consumer-Technik

Geschäftsreisende erwarten mittlerweile die gleiche Bedienfreundlichkeit, Designqualität und Leistung, die ihnen Consumer-Technologien bieten. Daraus ergibt sich eine neue Art der IT-Nutzung, die auf Internetanbindung basiert und höhere Ansprüche an Mobilgeräte stellt. Mit dem ElitePad 900 präsentiert HP das erste Tablet das speziell für den Business-Anwender konzipiert wurde. Der Anwender erhält ein Commercial-Notebook mit bester Funktionalität und Performance sowie einem besonders ausdauernden Akku für einen ganzen Arbeitstag.

Die Umfrage von HP belegt auch, dass das Büro für viele nicht mehr der Ort ist, an dem sie am produktivsten arbeiten können. 73 Prozent der Geschäftsreisenden betrachten

die Reisezeit als Gelegenheit, sich zu informieren und ihre Produktivität zu verbessern. Weitere 56 Prozent sagen, dass sie ihre besten Ideen unterwegs haben.

Aber die Ansprüche der Geschäftsreisenden übersteigen zunehmend die Fähigkeiten ihrer Produkte. Trotz intensiver Nutzung von Technologie fühlen sich acht von zehn Anwendern eingeschränkt:

- 59 Prozent beklagen langsame oder unzuverlässige Internetverbindungen
- 56 Prozent finden, dass die Akkulaufzeit ihrer Produkte zu kurz ist
- 51 Prozent sagen, ihr Produkt sei zu langsam
- 50 Prozent erklären, dass die Verbindung zum Internet oder zu ihrem Mobilfunknetz zu teuer bzw. zu kompliziert ist

Die Herausforderung für die Hersteller liegt in der innovativen Entwicklung von Business-Produkten, die die erforderliche Funktionalität für geschäftliche Anwendungen besitzen, gleichzeitig aber auch den Bedienkomfort und die Attraktivität von Consumer-Technologie bieten.

### Über HP

HP schafft neue Möglichkeiten für den sinnvollen Einsatz von Informationstechnologie (IT) für Privatpersonen, Unternehmen, Behörden und die Gesellschaft. HP bietet das breiteste IT-Portfolio im Markt – es umfasst Drucken, Personal Computing, Software, Services und IT-Infrastruktur. Damit liefert HP weltweit Lösungen, mit denen Kunden komplexe Herausforderungen bewältigen können.

Weitere Informationen über HP (NYSE: HPQ) finden sich unter <http://www.hp.com>. Presseinformationen und Bildmaterial finden sich in chronologischer und thematischer Reihenfolge unter [www.hp.com/de/presse](http://www.hp.com/de/presse).

#### Weitere Informationen für

##### Unternehmenskunden:

Tel.: 0800 266 0 266\*

E-Mail: [firmen.kunden@hp.com](mailto:firmen.kunden@hp.com)

#### Weitere Informationen für

##### Endkunden:

Tel.: 0800 266 0 266\*

E-Mail: [privat.kunden@hp.com](mailto:privat.kunden@hp.com)

Besuchen Sie den HP Store unter

[www.hp.com/de/hpshop](http://www.hp.com/de/hpshop)

#### Weitere Informationen für Channelpartner:

Tel.: 069 9999 15488\*\*

E-Mail: [Preferred-Partner-Hotline@hp.com](mailto:Preferred-Partner-Hotline@hp.com)

\* gebührenfrei innerhalb Deutschlands

\*\*Die Kosten für den Anruf hängen vom jeweiligen Vertrag mit Ihrem Telefonanbieter ab. Bitte erkundigen Sie sich bezüglich der Gebühren für den Anruf einer Festnetznummer direkt bei Ihrem Telefonanbieter.

Weitere Informationen über HP (NYSE: HPQ) finden Sie unter <http://www.hp.com>.

© 2013 Hewlett-Packard Development Company, L.P. The information contained herein is subject to change without notice. The only warranties for HP products and services are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty. HP shall not be liable for technical or editorial errors or omissions contained herein.