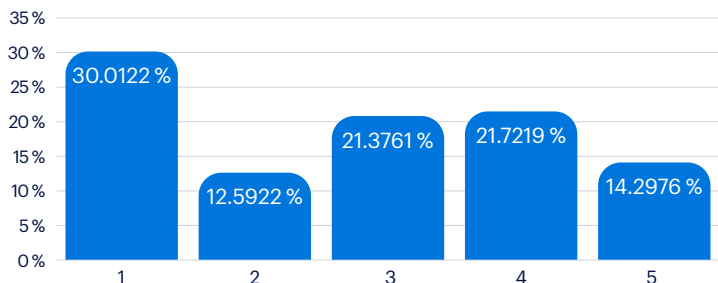


talent attraction

internationale geschäftsreisen als benefit.

Die Bewertung von Zusatzleistungen am Arbeitsplatz durch die Belegschaft verändert sich spürbar. Unsere neueste Studie untersucht die Frage: "Ich betrachte internationale Geschäftsreisen als attraktive Zusatzleistung." Die Ergebnisse zeigen ein polarisierendes Bild auf dem Schweizer Markt mit deutlichen Unterschieden nach Geschlecht, Alter und Bildungsniveau.



nationale Marktübersicht

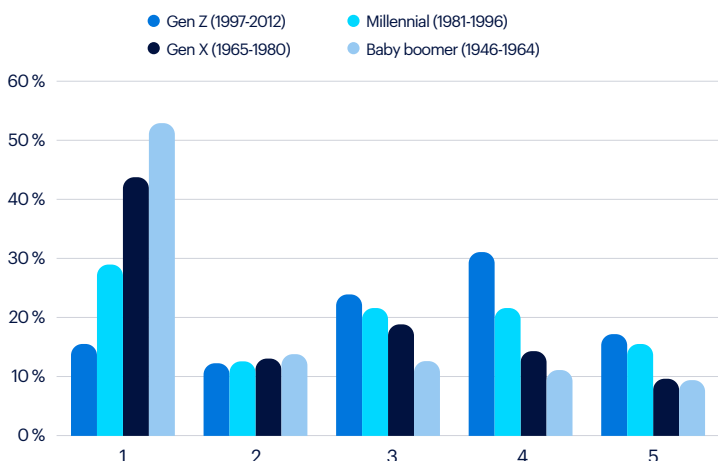
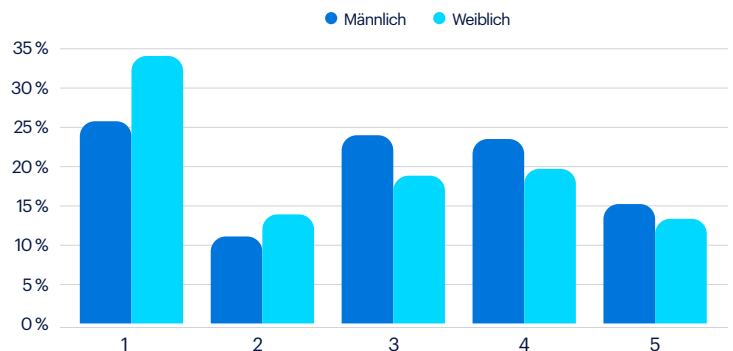
Die Schweizer Belegschaft ist bei der Attraktivität von internationalen Geschäftsreisen gespalten. Während gut ein Drittel der Befragten (36.02%) darin einen attraktiven Vorteil sieht (Bewertungen 4 und 5), lehnt eine treue Basis von 30.01% diese Zusatzleistung komplett ab.

Unterschiede nach Geschlecht

Bei der betrieblichen Mobilität besteht ein klares Gefälle zwischen den Geschlechtern, da männliche Fachkräfte internationale Reisen deutlich positiver bewerten als weibliche:

Höhere Attraktivität bei Männern: 39.0% der Männer bewerten internationale Reisen als attraktiv, verglichen mit 33.1% der Frauen.

Hohe Ablehnung bei Frauen: raue lehnen Geschäftsreisen deutlich häufiger komplett ab: 34.3% stimmen überhaupt nicht zu, gegenüber 25.7% der Männer.



Highlights nach Generationen & Bildung

Die demografische Segmentierung offenbart sehr unerwartete Trends, insbesondere mit Blick auf die Altersgruppen und den Bildungshintergrund:

Ablehnung durch ältere Generationen: die Abneigung gegen Geschäftsreisen steigt mit dem Alter drastisch. Über 52.9% der Babyboomer sehen darin überhaupt keinen Vorteil, während die Gen Z mit 48.2% positiven Stimmen am enthusiastischsten ist.

Der Kontrast beim Bildungsniveau:

Überraschenderweise betrachten weniger qualifizierte Arbeitskräfte internationale Reisen als stärkeren Vorteil als Personen mit mittlerem Bildungsniveau. 41.6% der Befragten mit geringerer Bildung bewerten Reisen positiv deutlich mehr als die 30.8% mit mittlerer Bildung.

strategische Implikationen für Kunden

Internationale Geschäftsreisen sind kein universell attraktiver Vorteil mehr. Hohe Reiseanforderungen wirken als sofortiger Filter, der weibliche Talente und erfahrene Fachkräfte überproportional abschreckt. Für den Rekrutierungserfolg muss die EVP bei diesen Zielgruppen Reiseanforderungen durch starke familienfreundliche Vorteile oder flexible Remote-Optionen ausgleichen. Umgekehrt bleibt die Hervorhebung grenzüberschreitender Mobilität ein wirksames Differenzierungsmerkmal bei der Ansprache der Gen Z oder von Profilen mit geringerer formaler Ausbildung.

 Finde mehr Informationen in der [Randstad Employer Brand Studie](#).