

AirPlus International Travel Management Study 2016

Teil 2

Trends für Travel Manager und Geschäftsreisende.

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

DEUTSCHLAND 

Wer hat die Nase vorn?

Geschäftsreisende erkennen Trends im Travel Management früher als Travel Manager. Das ist eine der Hauptkenntnisse aus der elften International Travel Management Study, die jährlich von AirPlus durchgeführt wird. Hierbei wurden 847 Reisemanager und 1.158 Geschäftsreisende zu den großen Themen der Branche befragt.

Trendthemen 2016

Im Zentrum der Studie standen die folgenden Themen:

- > Datensicherheit
- > Globalisierung
- > Social Media
- > Big Data
- > Sharing Economy
- > Umweltfreundliches Reisen

In allen Fällen stufen die Geschäftsreiseverantwortlichen diese Themen als noch nicht etablierte Trends ein, die erst im Entstehen begriffen sind. Im Gegensatz dazu betrachten deutlich mehr Geschäftsreisende die Entwicklungen innerhalb der Themenbereiche als gefestigte Tendenzen.

Anschließend wurden die Teilnehmer zu vier speziell auf Geschäftsreisen bezogene Bereiche befragt:

- > Einsatz von virtuellen Zahlungsmöglichkeiten
- > Einsatz von mobilen Zahlungsmöglichkeiten
- > Einsatz von Apps für Geschäftsreisen
- > Reiseverhalten der neuen Generation

Auch bei den Business-Travel-Trends sind sich mehr Geschäftsreisende (75 Prozent) als Travel Manager



(62 Prozent) einig, dass sich diese Entwicklungen auf den Geschäftsreisemarkt deutlich auswirken werden.

Travel Manager müssen auf dem neuesten Stand sein

Bei subjektiven Fragen können Reisemanager und Geschäftsreisende durchaus unterschiedlicher Auffassung sein. Dennoch sollte diese unterschiedliche Einschätzung der Marktlage ein Alarmsignal sein. Erkennen sie neue Trends später, vor allem, wenn sie durch neue Technologien getrieben werden? Eine Frage, die man nicht auf die leichte Schulter nehmen sollte. Geschäftsreisende brauchen heutzutage nicht nur Buchungstools, sie benötigen zum Beispiel auch Zahlungs- und Kommunikationsmöglichkeiten, die sich den oft wechselnden Richtlinien der Unternehmensreiseprogramme anpassen.

Gerade Reisemanager müssen sich daher immer über die neuesten Trends informieren. Andernfalls besteht die Gefahr, dass die Geschäftsreisenden sich ihre Reisen selbst organisieren, wenn sie einen Anbieter finden, der aktueller und flexibler ist als ihr Reisemanager.

Die sechs größten Trends

Zusammenfassend hat die Studie gezeigt, dass Travel Manager und vor allem Geschäftsreisende die großen Trends wahrnehmen, die den Weg zunehmend in eine von IT und Vernetzung bestimmte Welt weisen. Die große Mehrheit betrachtet Datensicherheit, Globalisierung, soziale Medien und umweltfreundliches Reisen als wachsende oder stabile Entwicklungen. Eine knappe Mehrheit hält auch Big Data und Sharing Economy für wachsende oder bereits etablierte Trends. Nur eine geringe Anzahl der Befragten ist der Auffassung, dass diese Entwicklungen an Bedeutung verlieren oder dass diese Themen gar keine Tendenzen darstellen.

Die Beobachtung dieser Bereiche ist ausgesprochen wichtig, denn ihre Entwicklung hat einen entscheidenden Einfluss auf den Markt der Geschäftsreisen:

- > **Datensicherheit**
Vertrauliche Daten, die während einer Geschäftsreise mitgeführt werden, müssen geschützt sein. Außerdem müssen die Unternehmen dafür sorgen, dass Dienstleister die personenbezogenen Daten der Reisenden gemäß den Datenschutzvorschriften behandeln.
- > **Globalisierung**
Das Zusammenwachsen der Märkte erhöht die Anzahl der Geschäftsreisen.

- > **Social Media**
Geschäftsreisende teilen ihre Erfahrungen miteinander. Dies kann für Reisemanager eine gute Gelegenheit für die Kommunikation mit ihren reisenden Kollegen sein.
- > **Big Data**
Reisemanager können mehr über ihre Geschäftsreisenden herausfinden – das Gleiche gilt jedoch auch für Anbieter, die sich darum bemühen, ihre Angebote den Reisenden direkt zu verkaufen.
- > **Sharing Economy**
In der Reisebranche befinden sich die größten Anbieter von Sharing Economy. Travel Manager sind sich nicht sicher, ob sie sie zulassen oder abweisen sollen.
- > **Umweltfreundliches Reisen**
Unternehmen stehen unter dem wachsenden Druck, ihre Emissionen zu senken – in dieser Bilanz spielen auch geschäftliche Flugreisen eine Rolle.

Die wichtigsten Tendenzen für Reisemanager
Geschäftsreiseverantwortliche betrachten die Datensicherheit (54 Prozent) als das Thema, das für Geschäftsreisen am wichtigsten ist und dessen Bedeutung am schnellsten zunimmt – bedingt durch

die Angst vor Wirtschaftsspionage, staatlicher Überwachung und dem Zusammenbruch des Safe-Harbor-Abkommens zwischen der Europäischen Union und den USA.

Als größten bestehenden Trend betrachten die Travel Manager die Globalisierung (41 Prozent). Sie ist auch einer der Gründe, warum viele Geschäftsreiseverantwortliche mit einem Anstieg der Geschäftsreisen und den damit verbundenen steigenden Ausgaben rechnen – wie der erste Teil der diesjährigen Studie bereits zeigte.

Die wichtigsten Trends für Geschäftsreisende
Für Geschäftsreisende ist das umweltfreundliche Reisen (45 Prozent) das Thema, das am schnellsten an Bedeutung gewinnt. Es stellt sich die Frage, was sich in Zukunft eher auf die Anzahl der Geschäftsreisen auswirken wird – das wachsende Umweltbewusstsein oder die Globalisierung?

Die sozialen Netzwerke werden von den Geschäftsreisenden (54 Prozent) als größter existierender Trend beurteilt. Dies deutet darauf hin, dass es sich bei ihnen um digital orientierte Personen handelt – im Gegenteil zu den Travel Managern, von denen lediglich 37 Prozent die sozialen Netzwerke als ein etabliertes Thema betrachten.

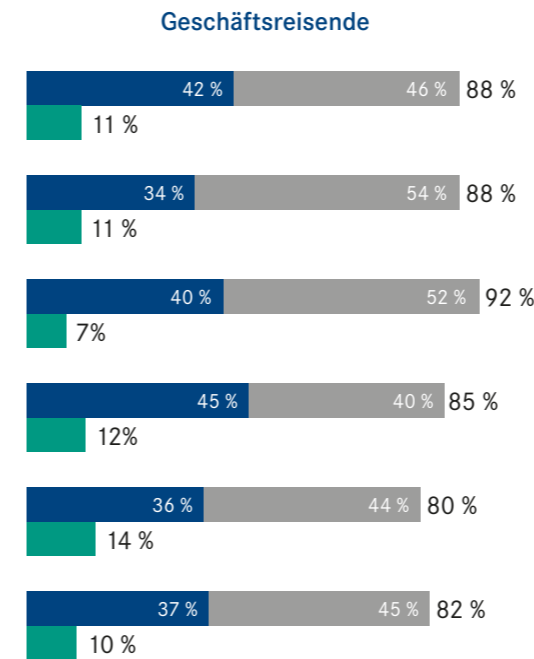
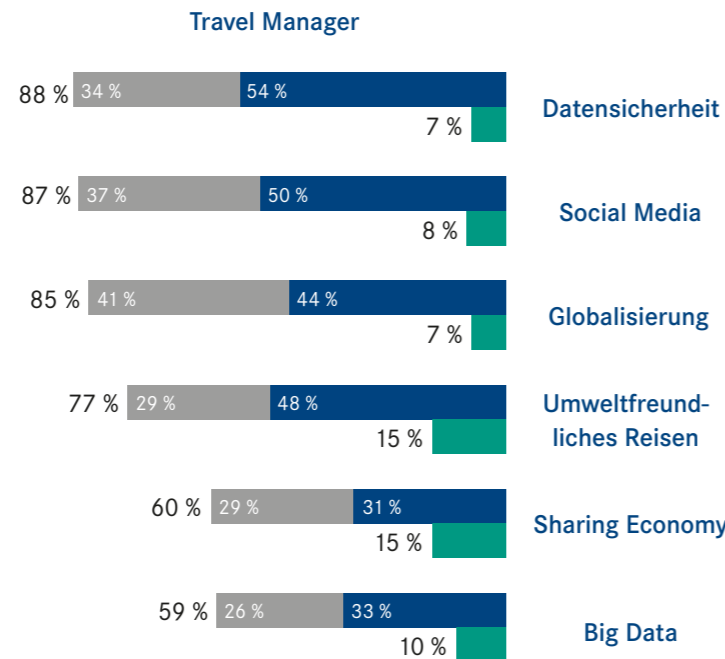
Weitere Tendenzen im Markt

Digitales Bezahlen auf dem Vormarsch
Virtuelle und mobile Zahlungsmöglichkeiten sind noch relativ junge Technologien. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen jedoch, dass sie zunehmend Anerkennung finden. Etwa drei Fünftel aller Reisemanager und drei Viertel der Geschäftsreisenden finden, dass virtuelle und mobile Zahlungsmöglichkeiten bereits Auswirkungen auf Geschäftsreisen zeigen. Lediglich eine geringe Anzahl misst den neuen Bezahlmethoden keine Bedeutung bei.

Virtuelle Zahlungsmöglichkeiten werden heute vorwiegend von Geschäftsreisenden eingesetzt, denen ihr Unternehmen keine Firmenkreditkarte zur Begleichung ihrer Hotelrechnung zur Verfügung gestellt hat. Experten gehen davon aus, dass diese Technologie infolge der einzigartigen Kontrollmöglichkeiten über jede virtuelle Kartennummer in Zukunft verstärkt für Reiseausgaben eingesetzt wird.

Mobile Zahlungsmöglichkeiten setzen sich dank entsprechender Produkte von Apple, Google und Samsung in der Welt der Verbraucher immer weiter durch. Dies könnte erklären, warum erheblich mehr Geschäftsreisende (76 Prozent) die Auswirkungen der mobilen Zahlungsmöglichkeiten wahrnehmen als ihre Reisemanager (61 Prozent).

Sonderbehandlung für junge Geschäftsreisende?
Ein relativ hoher Anteil von Travel Managern (37 Prozent) sieht eine deutliche Auswirkung von mobilen Apps auf den Markt der Geschäftsreisen. Nur 27 Prozent gehen davon aus, dass das Buchungsverhalten der jungen Geschäftsreisenden einen deutlichen Einfluss auf die gesamte Belegschaft haben wird. Ein relativ niedriger Wert in Anbetracht der Tatsache, dass gerade die Generation Y Apps ausgesprochen intensiv nutzt. Wie man den Bedürfnissen von jungen Geschäftsreisenden am besten entgegenkommt, ist eine anhaltende Debatte unter den Geschäftsreiseverantwortlichen. Einige sind der Auffassung, dass man jungen Geschäftsreisenden beispielsweise mehr Freiraum einräumen sollte, wenn es darum geht, was sie buchen und wie sie es buchen. Andere Reisemanager vertreten die Ansicht, dass sich junge Geschäftsreisende wie ihre älteren Kollegen streng an die Richtlinien halten sollten.



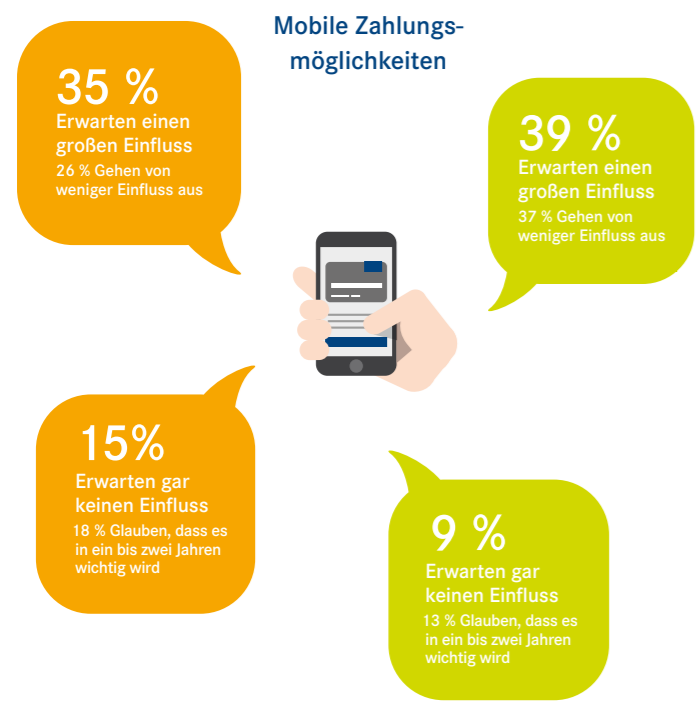
■ Zukünftiger Trend
■ Bleibender Trend
■ Auslaufender Trend / kein Trend

*Eine Differenz zu 100 Prozent ergibt sich, wenn nicht alle Teilnehmer die Frage beantwortet haben.

Neue Vertriebsmöglichkeiten – Aufklärung tut not

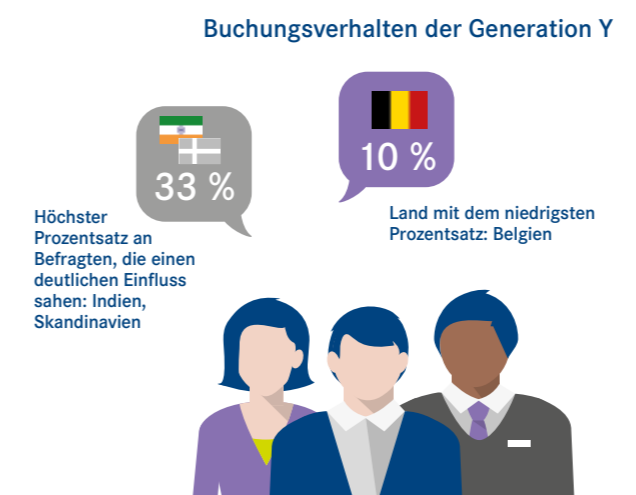
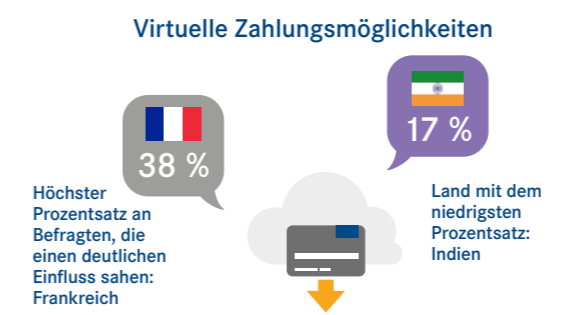
Die Travel Manager wurden auch über die neuen Vertriebsmöglichkeiten (NDC – New Distribution Capability) befragt, die der internationale Luftverkehrsverband IATA ins Leben gerufen hat. NDC könnte die Art verändern, in der Flugtickets über indirekte Kanäle wie beispielsweise durch Reise-managementunternehmen verkauft werden. Während 13 Prozent der Reisemanager der Auffassung sind, dass NDC deutliche Auswirkungen zeigt, sehen 20 Prozent immerhin einen gewissen Einfluss. Sehr aussagekräftig ist jedoch die Zahl derjenigen, die auf diese Frage keine Antwort geben: 47 Prozent. Das dokumentiert, wie notwendig weitere Kommunikation ist, um die Travel Manager über diese möglicherweise entscheidende Entwicklung aufzuklären.

Digitale Zahlungsmöglichkeiten und mobile Apps

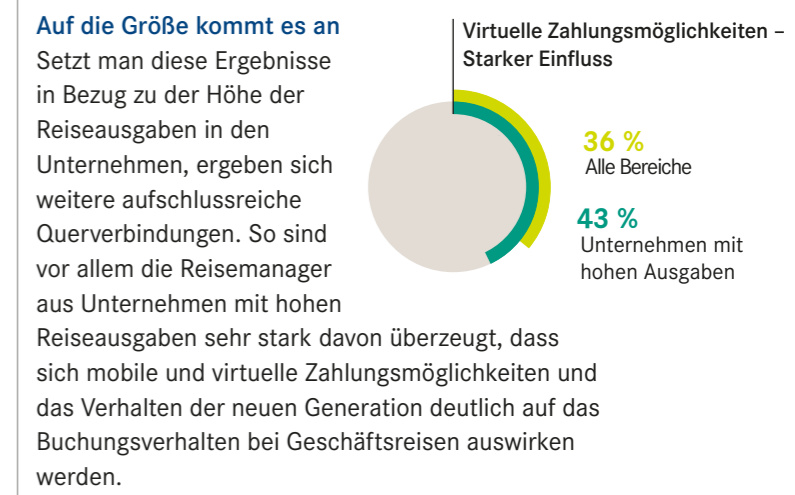


Einschätzungen variieren je nach Land

Die Einstellungen der Travel Manager zu den verschiedenen Geschäftsreisereisen variieren je nach Land. Untersucht wurden die folgenden Märkte: USA, Großbritannien, Deutschland, Schweiz, Österreich, Niederlande, Frankreich, Belgien, Skandinavien, China, Indien, Singapur und Australien.



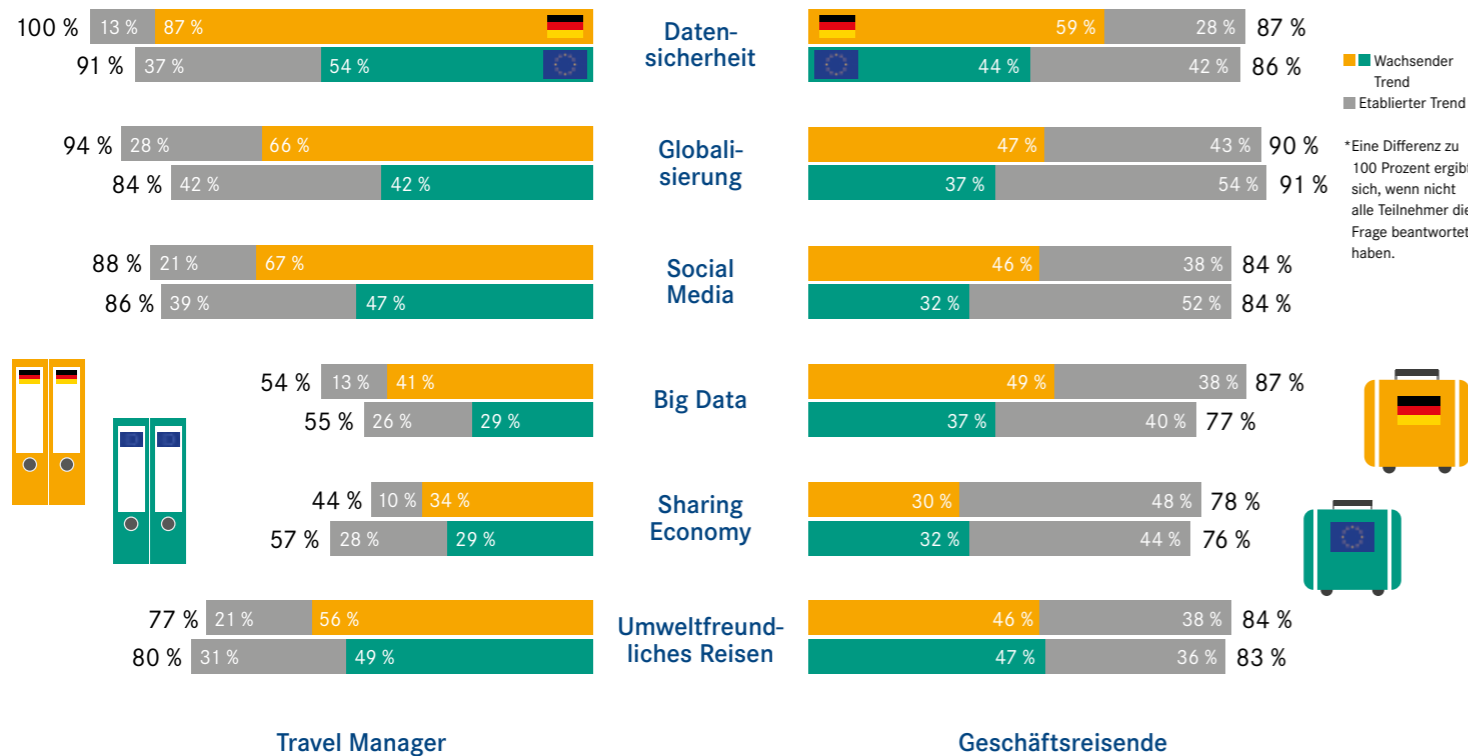
Warum in Indien vieles anders bewertet wird
Indien zeigt bei dieser Umfrage die auffälligsten Zahlen. Der wirtschaftliche Aufschwung dieses Landes wurde zum Teil durch eine neue Welle von technikorientierten Mitarbeitern der zwischen 1980 und 2000 geborenen Generation Y herbeigeführt. Dies könnte erklären, warum so viele indische Reisemanager große Auswirkungen des Verhaltens junger Geschäftsreisenden sehen. (Dasselbe gilt für Skandinavien, dessen Wirtschaft viele junge Hightech-Unternehmen aufweist.) Gleichzeitig befinden sich kommerzielle Zahlungen in dieser lange Zeit bargeldorientierten Gesellschaft noch im frühen Entwicklungsstadium. Dies kann der Grund dafür sein, warum virtuelle und mobile Zahlungsmöglichkeiten in Indien so geringen Widerhall finden.



Datensicherheit – ein heißes Thema in Deutschland
Auch bei den sechs Top-Trends zeigen sich nationale Unterschiede. In Deutschland bezeichnen beispielsweise die meisten Reisemanager (87 Prozent) und die meisten Geschäftsreisenden (59 Prozent) die Datensicherheit als einen Faktor mit zunehmendem Gewicht. Dies überrascht nicht, denn Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren konsequent als ein starker Verfechter der Datenschutzrechte erwiesen.



So schätzen deutsche Travel Manager und Geschäftsreisende die sechs großen Trends ein



Datensicherheit ist der Trend Nummer eins

Absicherung von digitalen Daten ist für alle Befragten eines der Top-Themen. 87 Prozent stufen die Datensicherheit sogar nicht nur als etablierten, sondern als zunehmenden Trend ein. Dies ist unter allen 24 Ländern, die im Rahmen der Studie betrachtet wurden, der höchste Prozentsatz – der europäische Durchschnitt liegt hier bei nur 54 Prozent.

Die deutschen Geschäftsreisenden schließen sich dieser Ansicht an. Von ihnen glauben 59 Prozent, dass dieses Thema weiter an Bedeutung gewinnt. Dies ist weltweit für alle betrachteten Länder die höchste Prozentzahl.

Warum sind diese Zahlen so hoch? Aus historischen und politischen Gründen ist Deutschland in Bezug auf Privatsphäre und Datenschutz hoch sensibilisiert. Dies zeigt sich auch in der Geschäftswelt. So gab es etwa in den letzten Jahren deutsche Firmen, die es Dienstleistern nicht gestattet haben, persönliche Daten von Geschäftsreisenden in einem Land außerhalb der EU zu speichern, weil der Datenschutz in anderen Teilen der Welt nicht als ausreichend betrachtet wurde.

Eine Spur von Skepsis?

Betrachtet man die anderen fünf großen Bereiche, so sehen deutsche Reisemanager diese – im Vergleich zum westeuropäischen Durchschnitt – eher als zunehmende und weniger als bereits etablierte Trends. Deutsche Reisemanager sind meistens kritischer als ihre Kollegen aus anderen Ländern. Besonders bei Sharing Economy sind die Zweifel groß: Nur zehn Prozent der deutschen Reisemanager halten sie für einen etablierten Trend. Dies ist die niedrigste Zahl von allen 24 Ländern, die in der Studie untersucht wurden. Für die europäischen Reisemanager hingegen liegt die Zahl bei 28 Prozent – die zweithöchste weltweit.

Beim umweltfreundlichen Reisen gleichen sich hingegen die Einschätzungen der westeuropäischen und deutschen Reisemanager. Dies lässt vermuten, dass trotz der starken öffentlichen Diskussion immer noch ein kleiner Teil der Reisemanager nicht glaubt, dass diese Themen relevant werden.

Die Bedeutung von reisebezogenen Trends für deutsche Travel Manager und Geschäftsreisende

Deutsche Reisemanager sind am Puls der Zeit

Geschäftsreiseverantwortliche in Deutschland erwarten eher, dass sich virtuelle und mobile Zahlungsmöglichkeiten sowie Buchungs-Apps und das Verhalten der Generation Y auf Geschäftsreisen auswirken als ihre westeuropäischen Kollegen. Die deutschen Geschäftsreisenden wiederum befinden sich weit eher im Einklang mit dem westeuropäischen Durchschnitt. Von allen vier Trends erwarten die Reisemanager generell mehr Einfluss auf den Markt als die deutschen Geschäftsreisenden. Die Zahlen deuten darauf hin, dass Reisemanager für die Entwicklungen innerhalb ihres unmittelbaren Fachbereichs sehr viel empfänglicher sind und ein gutes Verständnis für neue Technologien besitzen.

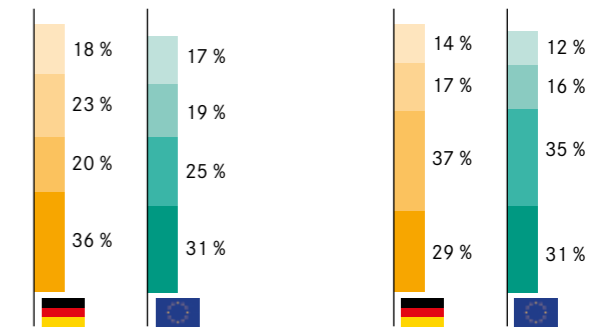
Mobile Apps – ein wichtiges Trendthema

Das Thema, bei dem deutsche Travel Manager den anderen am deutlichsten voraus sind, ist der Einsatz mobiler Apps für Geschäftsreisen. 52 Prozent der Befragten erklären, dass sie bereits große Auswirkungen feststellen können. Diese Zahl ist höher als die in jedem anderen Land in Westeuropa oder Nordamerika. Weitere 25 Prozent geben an, dass ein gewisser Einfluss erkennbar sei.

Dass 44 Prozent der Befragten einen Anstieg der mobilen Bezahlung bei den Reisebuchungen feststellen können, ist eine weitere Bestätigung dafür, dass deutsche Reisemanager sich der Einflüsse mobiler Technologien auf Geschäftsreisen sehr deutlich bewusst sind. Auch im Hinblick auf die virtuellen Zahlungsmöglichkeiten sind die Zahlen sehr hoch – was zeigt, dass die digitalen Zahlungsmöglichkeiten in Deutschland mehr und mehr Fuß fassen.

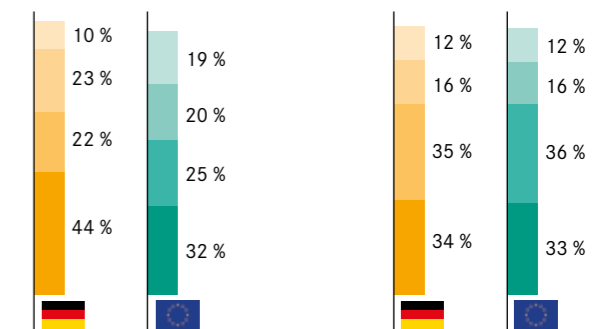


Virtuelle Zahlungsmöglichkeiten*



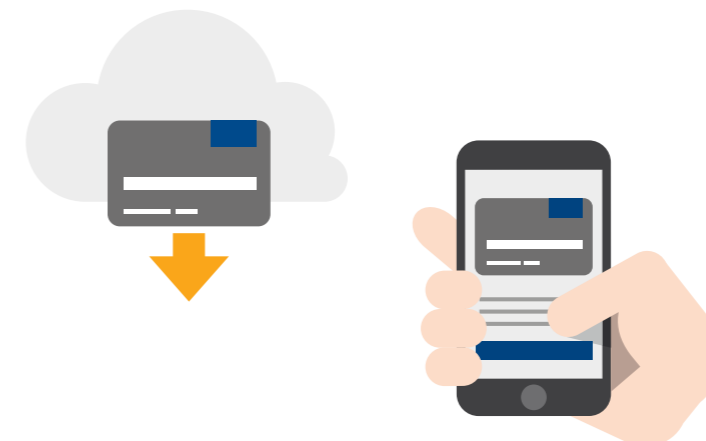
Erwarten großen Einfluss, Erwarten Einfluss in ein bis zwei Jahren, Erwarten wenig Einfluss, Erwarten gar keinen Einfluss

Mobile Zahlungsmöglichkeiten*



Erwarten großen Einfluss, Erwarten Einfluss in ein bis zwei Jahren, Erwarten wenig Einfluss, Erwarten gar keinen Einfluss

*Eine Differenz zu 100 Prozent ergibt sich, wenn nicht alle Teilnehmer die Frage beantwortet haben.



Wie groß ist der Einfluss der „Generation Y“?

Das Verhalten der jungen Generation von Geschäftsreisenden wird weltweit extrem unterschiedlich bewertet. Sowohl unter den deutschen Geschäftsreiseverantwortlichen als auch den deutschen Geschäftsreisenden erkennt die Mehrheit nur einen begrenzten Einfluss. Eine erhebliche Anzahl ist sogar der Auffassung, dass das Verhalten der zwischen 1980 und 2000 geborenen Generation keine Auswirkungen auf den Markt hätte. Tatsächlich ist die Zahl der Geschäftsreisenden, die einen deutlichen Einfluss im Verhalten der Generation Y sehen, genauso groß wie die Zahl derjenigen, die keinerlei Auswirkungen feststellen konnten (22 Prozent).



AirPlus International
 Dornhofstraße 10
 63263 Neu-Isenburg
 Germany

T + 49 (0)6102.204-444
F + 49 (0)6102.204-3490
 btm@airplus.com
 www.airplus.com

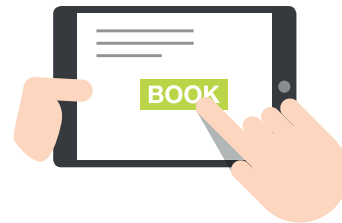
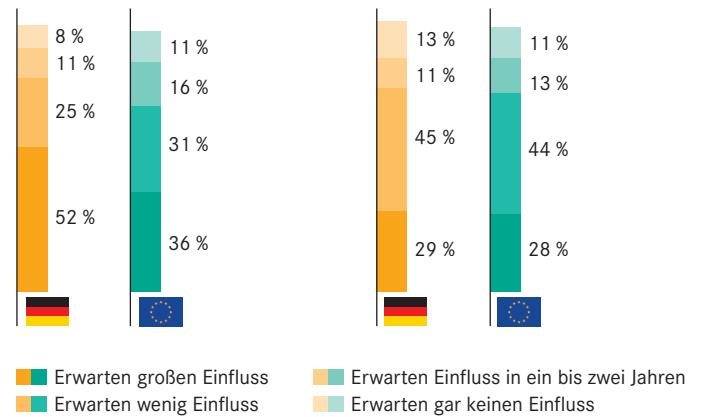


Travel Manager

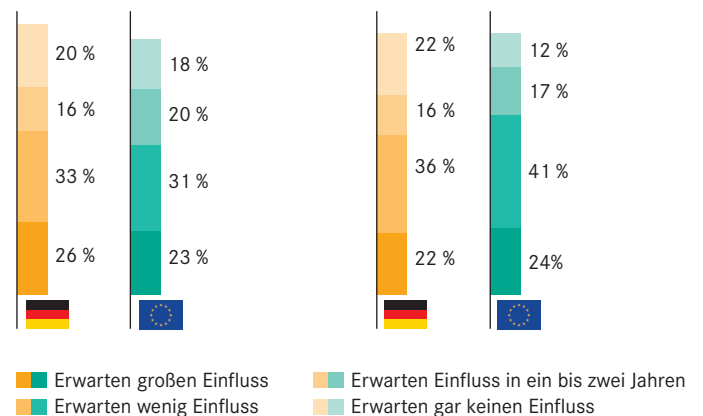


Geschäftsreisende

Mobile Apps für Geschäftsreisen*



Buchungsverhalten der Generation Y*



*Eine Differenz zu 100 Prozent ergibt sich, wenn nicht alle Teilnehmer die Frage beantwortet haben.



Über die Studie: Dies ist der zweite Teil der International Travel Management Study 2016. Für diese Studie befragte das internationale Marktforschungsunternehmen 2hm im Auftrag von AirPlus International 847 Geschäftsreiseverantwortliche und 1158 Business Traveler in 24 Ländern.