

## **Business Travel: Datensicherheit und Nachhaltigkeit sind die grössten Trends**

**Die Geschäftsreisenden sind den Travel Manager um eine Kopflänge voraus, wenn es um die Lokalisierung von Trends bei Geschäftsreisen geht. Diese Lücke sollte gefüllt werden, so eine der Kernaussagen der 11. International Travel Management Study von AirPlus.**

**Zürich, 16. August 2016** – Wenn es um die Trends im Geschäftsreisesegment geht, sind sich Travel Manager und Geschäftsreisende in den 24 AirPlus-Märkten uneinig. So sind weltweit mehr Travel Manager (43%) der Meinung, die Themen Datensicherheit, Globalisierung, Social Media, Big Data, Sharing Economy und umweltfreundliches Reisen seien neue und zunehmende Trends. 47% der Business Travellers sind eher der Meinung, dass diese Trends – von nachhaltigem Reisen abgesehen – bereits heute auf der Tagesordnung stehen. Befragt nach der Verwendung von virtuellen und mobilen Zahlungsmöglichkeiten, dem Gebrauch von Business-Travel-Apps und dem Reiseverhalten der jüngeren Generation erwarten mehr Geschäftsreisende (75%) als Travel Manager (62%) einen Effekt auf die Geschäftsreisetätigkeiten.

### **Travel Manager müssen Trends (er)kennen**

Zweifelsohne handelt es sich um subjektive Einschätzungen, dennoch sollten bei den Travel Manager aufgrund der unterschiedlichen Wahrnehmung dieser Trends die Alarmglocken läuten. Antizipieren sie Veränderungen – gerade im technischen Bereich – langsamer als ihre reisenden Kollegen? Diese Lücke sollte geschlossen werden, so eine der Erkenntnisse aus der 11. International Travel Management Study von AirPlus.

Eine der grossen Herausforderungen im Geschäftsreisesegment ist heute, dass den Reisenden nicht nur passende Tools für die Buchung, sondern z.B. auch für die Bezahlung und die Kommunikation zur Verfügung stehen, damit sie sich innerhalb der Reiserichtlinien des Unternehmens bewegen können. Dafür müssen die Travel Manager die neuesten Trends kennen, ansonsten werden die Reisenden nach technischen Hilfsmitteln aus ihrem privaten Umfeld greifen, die ihren Bedürfnissen zwar besser entsprechen, aber nicht immer mit den Richtlinien der Unternehmen vereinbar sind.

### **Virtuelles und mobiles Bezahlen weltweit auf dem Vormarsch – Zurückhaltung in der Schweiz?**

Rund drei Fünftel der 847 weltweit befragten Travel Manager und drei Viertel der 1158 Geschäftsreisenden sind der Meinung, dass sich virtuelle und mobile Bezahlösungen aufs Geschäftsreisesegment auswirken. Experten gehen davon aus, dass die Verwendung von virtuellen Kreditkarten aufgrund der gezielten Einsatz- und Kontrollmöglichkeiten in Zukunft noch verstärkt genutzt werden. Dank Unternehmen wie Apple, Google oder Samsung werden mobile

## PRESSEMITTEILUNG

Bezahlösungen bereits heute im privaten Alltag genutzt. Entsprechend erwarten sowohl die Reisenden (76%) als auch die Reiseverantwortlichen (61%), dass die Technologie künftig auch Einfluss auf Geschäftsreisen haben wird.

Uneinig sind sich die Travel Manager, wenn es um die jüngere Generation von Geschäftsreisenden geht – nur 27% von ihnen erwarten, dass es durch die «Millennials» zu grossen Veränderungen kommen wird. Die Debatte ist nicht unbekannt: ein Teil der Manager ist der Meinung, die Jungen sollten mehr Freiheiten erhalten bezüglich Ort und Art wie sie die Reisen buchen. Andere vertreten die Ansicht, dass die jüngeren Reisenden dieselben Richtlinien befolgen sollten wie ihre älteren Kollegen.

In der Schweiz zeigt man sich bezüglich dieser Trends zurückhaltend: Lediglich 18% der Travel Manager erwarten durch die virtuellen Bezahlösungen Auswirkungen auf die Geschäftsreisen. Das ist der tiefste Wert innerhalb der untersuchten Länder Westeuropas. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei mobilen Bezahlösungen ab – nur 23% der Schweizer erwarten einen grösseren Effekt (Durchschnitt Westeuropa: 32%).

Da in der Schweiz gerne noch Bargeld für die Bezahlung verwendet wird, ist diese Haltung der Travel Manager einerseits nachvollziehbar. Andererseits gehen 44% der Schweizer Geschäftsreisenden davon aus, dass virtuelle wie mobile Bezahlösungen in Zukunft grosse Auswirkungen auf ihre Geschäftsreisen haben werden. Das ist wiederum der höchste Wert innerhalb der westeuropäischen Länder. Leiten die Reisenden damit das Ende der «Bargeld-Mentalität» in der Schweiz ein?

### **Datensicherheit und umweltfreundliches Reisen sind die grössten Wachstumstrends**

Weltweit ist Datensicherheit der am schnellsten zunehmende Trend für die Travel Manager (54%). Diese Haltung hat in den letzten Jahren an Bedeutung zugenommen, z.B. aufgrund von Bedenken bezüglich Wirtschaftsspionage, staatlich finanzierter Überwachung sowie der Aufhebung des Safe-Harbor-Abkommens zwischen der EU und den USA. Ein nach wie vor aktuelles Thema für die Manager ist die Globalisierung (52%) – entsprechend erwarten sie auch in Zukunft zunehmende Reisetätigkeiten und höhere Ausgaben (siehe 1. Teil der International Travel Management Studie).

Der grösste Wachstumstrend der Geschäftsreisenden ist umweltfreundliches Reisen (45%). Das legt die Frage nahe, ob sich dieser Trend trotz der Globalisierung und der dadurch zunehmenden Reisetätigkeit in Zukunft hemmend auf deren Reiseverhalten auswirken könnte.

Auch in der Schweiz schreibt die Mehrheit der Travel Manager (64%) der Datensicherheit zunehmende Wichtigkeit zu (weltweit 54%). Dies belegt, dass die Schweiz ein Land mit einer stark ausgeprägten Kultur in Sachen Privatsphäre und sehr strengen Datenschutzgesetzen ist. In den vergangenen Jahren haben Schweizer Firmen vermehrt abgeklärt, wo die Daten ihrer Geschäfts-

## PRESSEMITTEILUNG

reisenden gespeichert sind und wie sie geschützt werden. Oftmals wird heute von Schweizer Unternehmen vorausgesetzt, dass die Daten in der Schweiz oder der EU gespeichert werden.

Ein ebenfalls an Wichtigkeit zunehmendes Thema für 61% der Schweizer Travel Manager ist Social Media (Durchschnitt Westeuropa: 47%). Die Frage, die sich Travel Manager nun stellen müssen, ist, wie die hohe Smartphone-Nutzung und die Social-Media-Möglichkeiten im Geschäftsreisebereich genutzt werden können.

Ein weiterer Trend, den 87% der Schweizer Reiseverantwortlichen als bereits bestehend oder künftig weiter wachsend bezeichnet haben, ist die Globalisierung. In Anbetracht der zahlreichen multinationalen Unternehmen in der Schweiz ist diese Erwartungshaltung jedoch wenig überraschend.

Die International Travel Management Study von AirPlus International wurde zum mittlerweile 11. Mal durchgeführt und gilt als Branchenbarometer im Bereich der Geschäftsreisen. Für den zweiten Teil der aktuellen Studie befragte das internationale Marktforschungsunternehmen 2hm im Herbst 2015 insgesamt 874 Travel Manager und erstmals auch 1158 Geschäftsreisende in 24 Ländern.

### **AirPlus International:**

AirPlus ist ein führender internationaler Anbieter von Lösungen für das tägliche Management von Geschäftsreisen. Über 46'500 Firmenkunden setzen bei der Bezahlung und Auswertung ihrer Geschäftsreisen auf AirPlus. Unter der Marke AirPlus International werden die Produkte und Dienstleistungen weltweit vertrieben. Der AirPlus Company Account ist das erfolgreichste Abrechnungskonto innerhalb des UATP. Weitere Informationen auf [www.airplus.com](http://www.airplus.com).

### **Kontakt:**

AirPlus International AG  
Tobias Frei  
Telefon: +41 (0)43 210 37 50  
E-Mail: [tfrei@airplus.com](mailto:tfrei@airplus.com)

PrimCom  
Simon Benz  
Telefon: +41 (0)44 421 41 21  
E-Mail: [s.benz@primcom.com](mailto:s.benz@primcom.com)