

## INTERVIEW MIT OLIVER WAGNER, CEO AIRPLUS

# „Das Interesse an zentraler Bezahlung wächst stark“

OLIVER GRAUE

**K**reditkartenanbieter gehören zu den großen Gewinnern der Pandemie. Denn in der Corona-Zeit wurde online wie stationär deutlich mehr mit Kreditkarte gekauft. Ganz anders verhält es sich bei Firmenkreditkarten-Spezialisten: Sie

litten extrem unter dem fast völligen Stillstand bei Geschäftsreisen. Wie geht es weiter im Business Travel? Und führt die Krise zu Änderungen im

Bezahlverhalten der Unternehmen? Darüber hat fvw | TravelTalk mit Oliver Wagner gesprochen, der seit 2020 an der Spitze von Airplus steht.

**Herr Wagner, kurz vor der Pandemie sind Sie zum Airplus-Chef ernannt worden. Wie gestalteten sich die eininhalb Jahre als CEO für Sie?**

Das war durch die Pandemie natürlich sehr viel anders als erwartet. Wir hatten genau vier gute Wochen im Januar 2020, und dann begann es damit, dass die Fluggesellschaften zunächst ihre China-Flüge einstellten. Da war uns klar, dass da etwas auf uns zukommen würde. Tatsächlich ging es in den Monaten danach vor allem um Grundlegendes – darum, unsere Existenz als Firma zu sichern, die Arbeitsplätze und die Ge-

sundheit der Beschäftigten zu schützen und die Geschäfte für unsere Kunden am Laufen zu halten – Stichwort Business Continuity. Und bei einem regulierten Unternehmen, wie wir es darstellen, war die finanzielle Absicherung eine der Hauptherausforderungen. All das ist uns sehr gut gelungen.

**Kurzarbeit, Personalabbau – das war auch bei Airplus nötig. Was hat sich generell geändert?**

Wir haben uns angepasst und dort optimiert, wo es notwendig war. In Kurzarbeit waren wir für ziemlich genau ein Jahr. Im Homeoffice arbeiten wir seit März 2020, und wir haben auch einige organisatorische Veränderungen vorgenommen. So haben wir etwa mit Erik Mosch einen COO gewinnen können, der sich um die Bereiche Services/Business Operations und Einkauf kümmert. Darüber hinaus haben wir unsere belgische Tochter vollständig integriert und an der kompletten Neuaufstellung unserer IT-Landschaft weitergearbeitet. So läuft inzwischen neben unseren Corporate Cards auch die virtuelle Kreditkarte komplett auf der neuen Plattform.

**Verzeichnen Sie denn auch einen Neustart bei den Geschäftsreisen, wird also wieder mehr gebucht?**

Ja, die vergangenen zwei, drei Monaten ging es buchungsmäßig deutlich nach oben. Allein im Juni buchten unsere

Kunden in Deutschland mehr als 80 Prozent mehr Flugreisen als noch einen Monat zuvor, eine Verdopplung im Vergleich zum Vorjahr. Der Trend scheint sich zu stabilisieren, auch wenn eines der wichtigsten internationalen Ziele, die USA, nach wie vor kaum anzufliegen sind. Dafür geht es in China für uns aufwärts. Dort liegt die Zahl der Inlandsflüge sogar über dem Niveau von 2019.

**Hat sich hierzulande das Buchungsverhalten wieder geändert?**

Der Schwerpunkt liegt weiterhin auf der Kurzstrecke, aber auch die Langstrecke verzeichnet wieder Wachstum. Dabei buchen die Unternehmen derzeit recht kurzfristig, im Durchschnitt 15 bis 16 Tage vor Abflug. Vor Corona waren es mehr als 20 Tage. Auch ist die Reisedauer momentan eher lang, weil viele Reisende offenbar versuchen, mehrere Termine zu verknüpfen. Hier ist aber schon wieder ein Rückgang festzustellen.

**Und was ist mit den Preisen?**

Wegen des stark reduzierten Angebots und der verhaltenen Nachfrage lässt sich das kaum vergleichen, und es ist noch kein einheitlicher Trend festzustellen. Grundsätzlich wird für Inlandsflüge aktuell etwas mehr bezahlt, in Europa sind die Preise stabil, und Langstrecken sind ein wenig günstiger. Letzteres dürfte vor allem am Streckenmix liegen – die wichtigen Asien-Strecken werden weniger geflogen.

**Ändert Corona auch das Bezahlverhalten der Unternehmen?**

Ja, wir stellen mehrere Trends fest. Erstens haben das Bezahlen mit der Kreditkarte und das kontaktlose Bezahlen einen enormen Schub erfahren. Zweitens steigt das Interesse der Firmenkunden an der zentralen Bezahlung – und zwar quer über alle Einsatzbereiche hinweg, also nicht nur beim Fliegen, sondern auch bei Hotels und Mietwagen. Dabei wächst die Akzeptanz auf beiden Seiten, also auch bei den Dienstleistern. Und drittens wird kontaktlos und auch mobil immer bedeutender.

**Sie haben eine mobile Lösung mit Apple Pay angekündigt ...**

Ja, die kommt in Kürze. Neben der Integration unserer Plastikkreditkarten werden auch die virtuellen Karten in Apple Pay sein. Hier können Firmen den Reisenden ein bestimmtes Budget zuweisen, das diese für die Bezahlung im Hotel oder Taxi verwenden können. Somit entfallen lästige Einzelbelege, und es gibt stattdessen eine zentrale und automatische Gesamtabrechnung.

**Das heißt, Airplus setzt weiterhin auf die Geschäftsreise – trotz prognostizierter Rückgänge?**

Business Travel bleibt unser Kernseg-

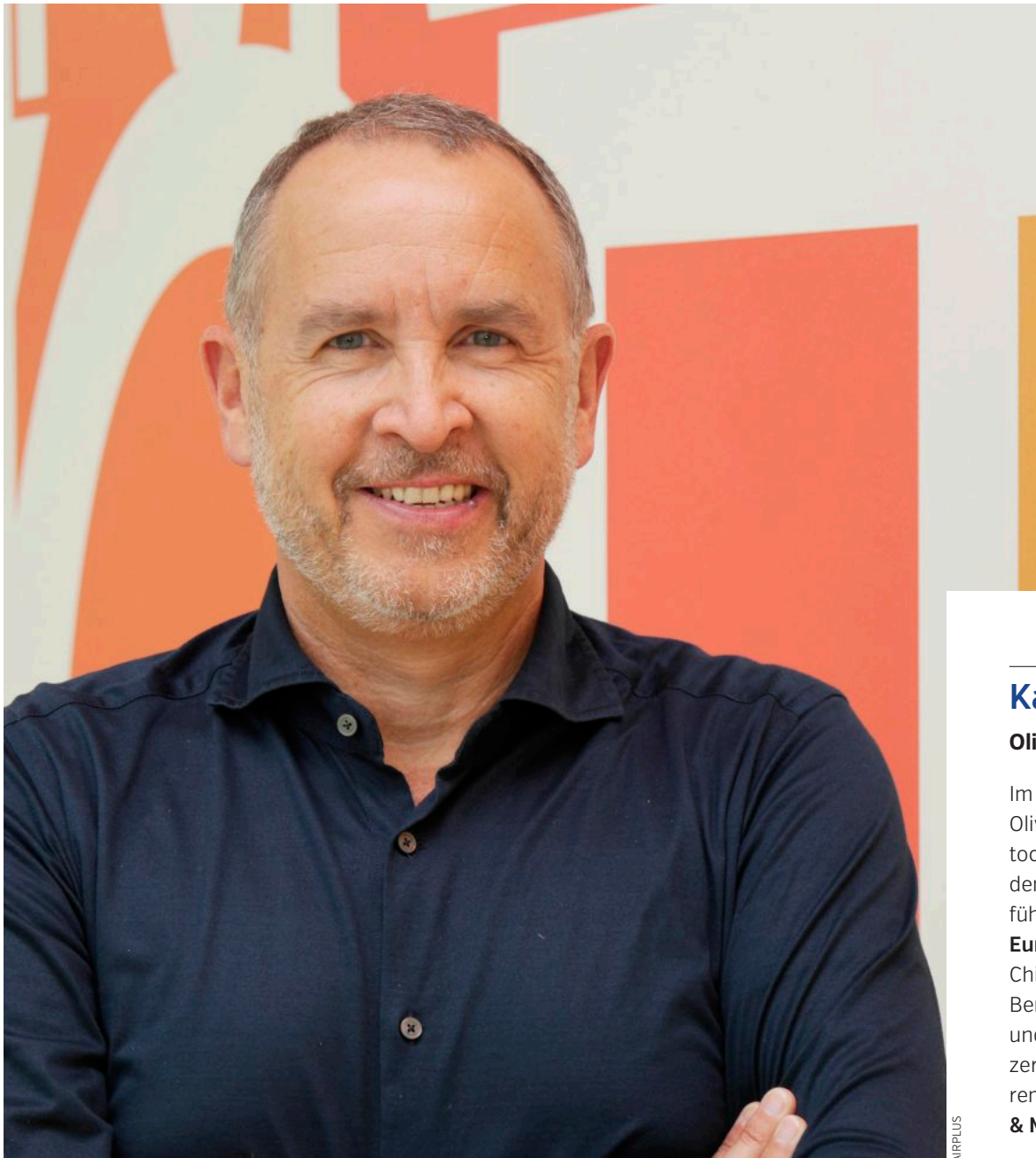
ment. Mehr denn je setzen wir aber auch aufs Procurement und speziell auf den Einkauf indirekter Leistungen. Hier sehen wir ein großes Potenzial in einem riesigen Markt. Allein europäische Firmen geben jährlich die fast unvorstellbare Summe von rund 25.000 Mrd. Euro für Beschaffung aus, immerhin 1000 Mrd. davon sind indirekte Transaktionen, etwa für IT, Marketing oder Büromaterial. Verstärkt suchen die Unternehmen hier nach Möglichkeiten, das Bezahlen dieser Einkäufe zu zentralisieren. Das bieten wir mit unseren Virtual Cards Procurement.

**Und auf welche Wachstumsmärkte setzen Sie geografisch?**

Europa ist unser Heimatmarkt, und darauf liegt natürlich ein Fokus, gerade im Procurement mit den virtuellen Karten. Da werden wir in unseren Kernmärkten wie Deutschland, Italien, Frankreich und Großbritannien noch Wachstum sehen, auch Nordeuropa ist interessant. Zudem bieten wir in immer mehr europäischen Ländern eigene Corporate-Card-Lösungen an, also unsere Plastikkreditkarten. Italien und die Schweiz folgen hier noch dieses Jahr. Dazu ist China schon seit längerem ein großer Wachstumsmarkt für uns. Hier rückt insgesamt das Thema zentrales Business-Travel-Management in den Fokus.

**Ihre Mutter Lufthansa hat bereits angekündigt, Airplus verkaufen zu wollen. Ist das gut oder schlecht für Ihr Unternehmen?**

Fragen zu einem möglichen Verkauf müssen Sie natürlich unserem Shareholder stellen. Aber ich kann sicherlich so viel sagen, dass ich überhaupt keine Sorge habe, dass es an der Entwicklung oder den Perspektiven von Airplus irgendetwas ändert, falls es tatsächlich zu einem Besitzerwechsel kommen sollte. Wir sind eine Wachstumsfirma in einer Wachstumsbranche und zudem global unterwegs. Deswegen wird auch ein möglicher neuer Eigentümer großes Interesse daran haben, weiter in Airplus zu investieren und mit uns wachsen zu wollen. **fvw**



## Karriere bei Lufthansa

### Oliver Wagner ist Chef von Airplus

Im Januar 2020 rückte Ex-Eurowings-Manager Oliver Wagner an die Spitze der Lufthansa-Bezahltochter Airplus. Er folgte auf Patrick W. Diemer, der den Firmenkreditkartenanbieter 16 Jahre lang geführt hatte. Wagner war zuvor rund vier Jahre bei **Eurowings** Mitglied der Geschäftsführung und als Chief Commercial Officer unter anderem für die Bereiche Revenue Management, Pricing, Vertrieb und Marketing zuständig. Für den Lufthansa-Konzern arbeitet Wagner bereits seit 1995, unter anderem war er Leiter des Vielflieger-Programms **Miles & More**. Airplus sitzt in Neu-Isenburg bei Frankfurt.