

AirPlus International Travel Management Study 2017

Teil 2

Mobile, virtuelle und traditionelle Zahlungsarten auf Geschäftsreisen

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

DEUTSCHLAND 

Halten Travel Manager beim Bezahlen mit den Reisenden Schritt?

Alle Geschäftsreisen haben eines gemeinsam: Sie müssen bezahlt werden. Aber wie? In den letzten Jahrzehnten wurden die veralteten Methoden der Barzahlung oder Fakturierung zunehmend durch Firmen- und private Kreditkarten ersetzt. Inzwischen sind neue Technologien hinzugekommen, wie mobiles Bezahlen und virtuelle Kreditkarten, von denen einige von großen Akteuren wie Apple, Google, PayPal und den chinesischen Giganten WeChat und Alipay angeboten werden.

Für diese Studie haben wir 2.270 Geschäftsreisende weltweit befragt, um herauszufinden, welche Methoden sie beim Bezahlen verwenden. Außerdem haben wir Travel Manager befragt, wie die Reisen von ihren Unternehmen jeweils bezahlt werden. Die Ergebnisse sind Pflichtlektüre für alle Verantwortlichen in den Bereichen:

- > Reisemanagement
- > Finanzen
- > Personalabteilung
- > Technologie
- > Multinationaler Betrieb



Wichtigste Studiendaten: Im Rahmen ihrer 12. International Travel Management Study hat AirPlus 963 Travel Manager und 2.270 Geschäftsreisende in 24 Ländern befragt. Die Interviews wurden in den Monaten August und September 2016 durchgeführt.

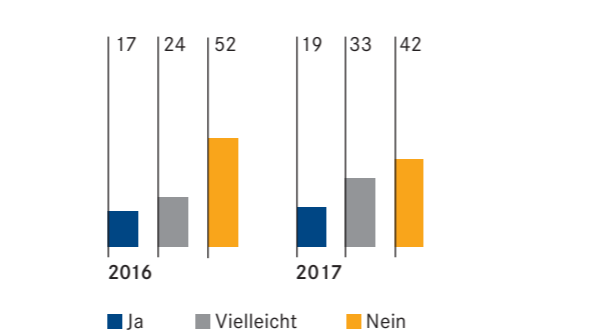
Internationale Travel Manager Angst vor dem Neuen



Der starke Widerstand gegen neue Player schrumpft

Travel Manager sind im Vergleich zum Vorjahr empfänglicher für die Nutzung von Zahlungsprodukten der neuen Generation von Anbietern wie Apple, Google und PayPal. Dennoch antworten lediglich 19 Prozent mit einem eindeutigen Ja auf die Frage, ob diese innovativen Dienstleistungen für ihre Reiseprogramme infrage kommen. Ein sehr viel größerer Anteil von 42 Prozent antwortete mit Nein. Hier bilden die USA mit 59 Prozent Zustimmung eine große Ausnahme.

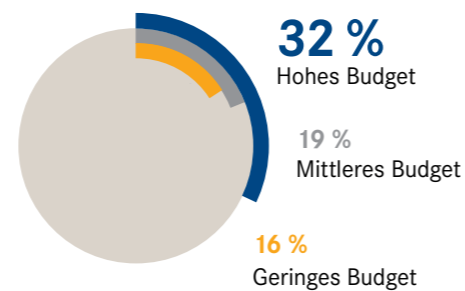
Sind Sie bereit, neue Zahlungsangebote zu nutzen?*



Unternehmen mit hohem Reisevolumen sind progressiver

Travel Manager von Unternehmen mit einem hohen Reisebudget (> 10 Millionen €/US-Dollar pro Jahr) sind bedeutend unbefangener gegenüber neuen Zahlungsanbietern eingestellt als solche mit einem geringen oder mittleren Budget. Diese Zahlen weisen darauf hin, dass Unternehmen mit höherem Reisebudget stärker mit dem Denken ihrer Reisenden Schritt halten und schneller auf die „Consumerization“ von Geschäftsreisen reagieren.

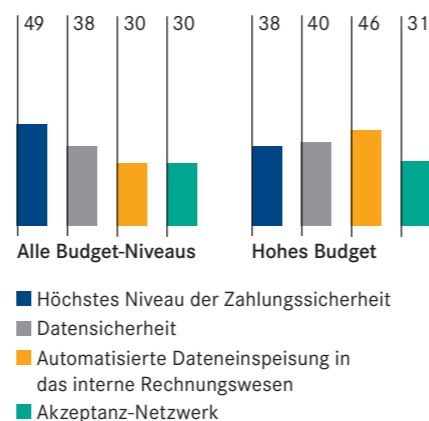
Bereitschaft zur Nutzung neuer Zahlungsprodukte und Größe des Reisebudgets*



Sicherheit und Datenschutz sind die wichtigsten Auswahlkriterien

Travel Manager, die angeben neuen Zahlungsmethoden positiv gegenüber zu stehen, wurden zu ihren wichtigsten Beweggründen dafür befragt. Insgesamt überwog dabei der Aspekt Sicherheit (Zahlungssicherheit, Datensicherheit). Für Unternehmen mit hohem Reisebudget, bei denen Prozesseffizienz und finanzielle Integration wesentliche strategische Prioritäten darstellen, war jedoch die automatisierte Dateneinspeisung in das interne Rechnungswesen das Hauptkriterium.

Top-4-Kriterien für die Auswahl von Zahlungsanbietern der neuen Generation*



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

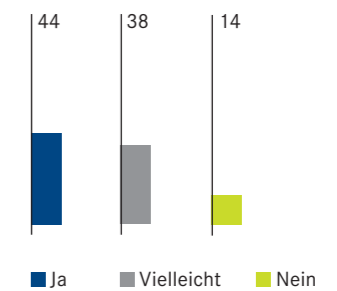
Internationale Geschäftsreisende Sehr viel begeisterter von neuen Möglichkeiten



Schwellenländer sind Vorreiter bei der Akzeptanz von FinTech-Pionieren

Geschäftsreisende nutzen das Angebot von Apple & Co. für Zahlungen von Geschäftsreisen viel häufiger als ihre Travel Manager. Mehr als 80 Prozent antworten hier mit Ja oder Vielleicht, im Vergleich zu 52 Prozent der Travel Manager. Diese Begeisterung überwiegt besonders in Schwellenländern (80 Prozent in Brasilien, 66 Prozent in der Türkei und 63 Prozent in Indien). Im Vergleich etwa zu lediglich 14 Prozent in den Niederlanden und 23 Prozent in Belgien.

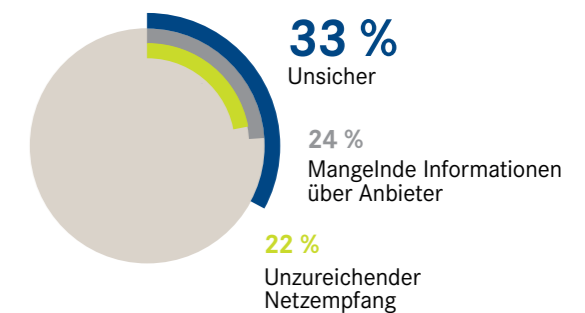
Sind Sie bereit, neue Zahlungsprodukte zu nutzen?*



Die Sicherheit ist für die Zweifler die größte Sorge

Für diejenigen Reisenden, die die neuen Payment Player ablehnen, stellt Sicherheit das Hauptmotiv dar, gefolgt von fehlenden Informationen zu diesen Anbietern. Auf einigen Märkten jedoch (beispielsweise 67 Prozent in Russland) ist der wichtigste Grund der mangelnde Ausbau des Mobilnetzes, um die neuen Player zu nutzen.

Die drei wichtigsten Gründe, um neue Zahlungsdienstleister abzulehnen*



China ist weltweiter Erstanwender

Die Tage, an denen China bei der Zahlungs- und Reisetechologie dem Rest der Welt hinterherhinkte, sind vorbei. Die Situation hat sich heute umgekehrt. China hat das westliche Modell von Online-Buchungen und Firmenkreditkarten übersprungen und ist sofort zum mobilen Buchen und

Bezahlen übergegangen. In den größten Städten des Landes ist es für die Bevölkerung inzwischen ganz normal, ohne Geldbeutel auszugehen und stattdessen lediglich ihr Smartphone mitzunehmen, über das sie mit solchen Produkten wie WeChat und Alipay bezahlen.

Beispiele aus der Studie, dass chinesische Geschäftsreisende weltweit führend sind:

- > Nur 2 Prozent geben an, dass für sie neue Zahlungsanbieter nicht in Betracht kämen, der geringste Wert bei allen Ländern
- > 91 Prozent haben bereits Zahlungen über das Smartphone getätigt, der höchste Wert weltweit und damit weit über dem globalen Durchschnitt von 44 Prozent
- > 60 Prozent der Befragten tätigen Zahlungen über das Smartphone sowohl für persönliche als auch für Geschäftsausgaben, der höchste Wert weltweit



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

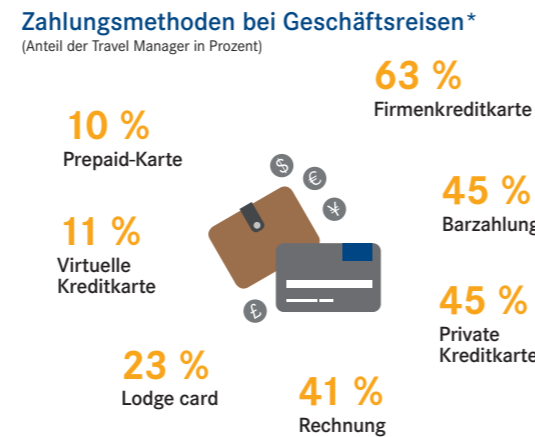
Internationale Travel Manager Wie deren Unternehmen Reisen bezahlen

Internationale Geschäftsreisende Kreditkarten erste Wahl bei Zahlungsmitteln



Traditionelle Zahlungsmethoden bleiben populär

Die Firmenkreditkarte ist die am meisten verbreitete Zahlungsmethode, die in Unternehmen entweder vor oder bei Geschäftsreisen verwendet wird. Weitere verbreitete Methoden wie Barzahlung, private Kreditkarte und Rechnung gelten allgemein nicht als bewährte Verfahren. Sie werden aber häufiger genutzt als sogenannte Lodge cards (auch bekannt als zentrales Rechnungskonto oder Reisestellenkarten) und virtuelle Kreditkarten, die beide als optimale Unternehmenspraxis angesehen werden.

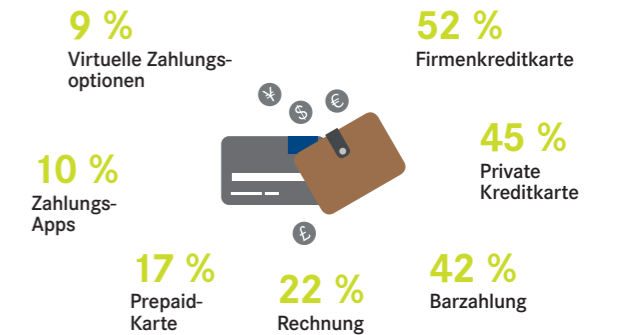


Reisende schätzen immer noch ihre Firmenkreditkarten

Weltweit sind Firmenkreditkarten die starken Favoriten bei Geschäftsreisenden, gefolgt von privaten Kreditkarten, unmittelbar vor Barzahlung. Virtuelle Zahlungsoptionen erzielen eine niedrige Zustimmung – aber Reisende bekommen es nicht immer mit, wenn virtuelle Zahlungen in ihrem Namen genutzt werden. In den USA, Großbritannien, Frankreich, China und Brasilien stellen private Kreditkarten die am meisten bevorzugte Option dar.

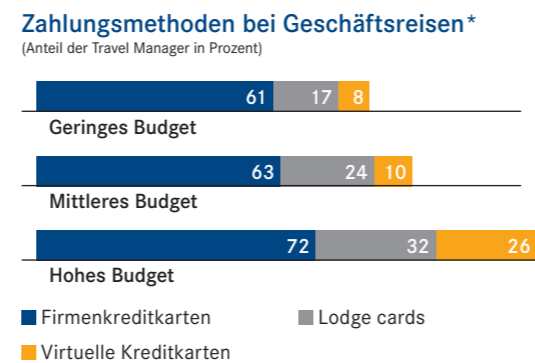
Die bevorzugten Zahlungsmethoden während einer Geschäftsreise*

(Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



Vielreisende wenden bei Zahlungen eher das beste Verfahren an

Unternehmen mit einem höheren Reiseetat nutzen die drei Zahlungsmethoden – Firmenkreditkarten, Lodge cards und virtuelle Kreditkarten –, die als gute Unternehmensverfahren angesehen werden, in weit höherem Umfang. Als Vorteile werden eine verbesserte Prozesseffizienz und Datenberichterstattung genannt.

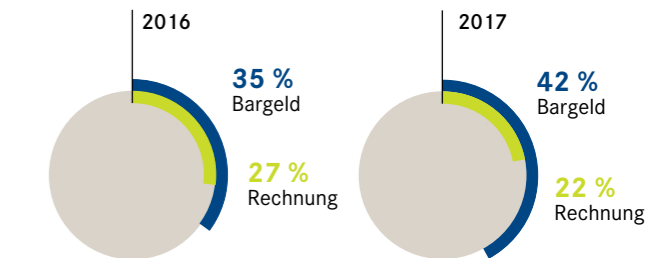


Barzahlung wieder in Mode, während Rechnungen rückläufig sind

Immer noch bevorzugen viele Reisende Barzahlung (42 Prozent). Eine mögliche Erklärung ist, dass Reisende infolge der Globalisierung ihrer Unternehmen immer abgelegene Standorte besuchen und befürchten, dass Kreditkarten dort nicht akzeptiert werden. Etwas ermutigender ist es, dass Rechnungen als ineffiziente Zahlungsmethode zunehmend an Popularität verloren haben.

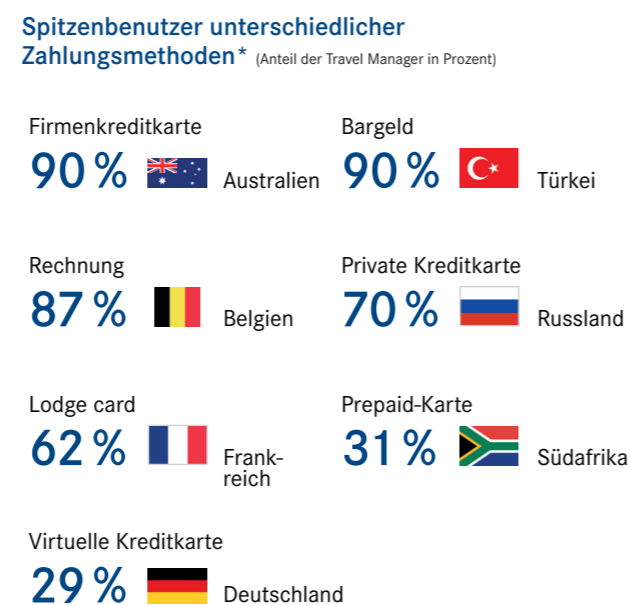
Reisende, die ... nutzen möchten*

(Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



Zahlungspräferenzen unterscheiden sich erheblich nach Land

Jedes der 24 untersuchten Länder der International Travel Management Study zeichnet sich durch ein unterschiedliches Zahlungsprofil aus. Die Zahlen deuten darauf hin, dass Unternehmen mit multinationalen Reiseprogrammen verschiedene Zahlungsoptionen nutzen, um ihre globalen Ansprüche abzudecken.

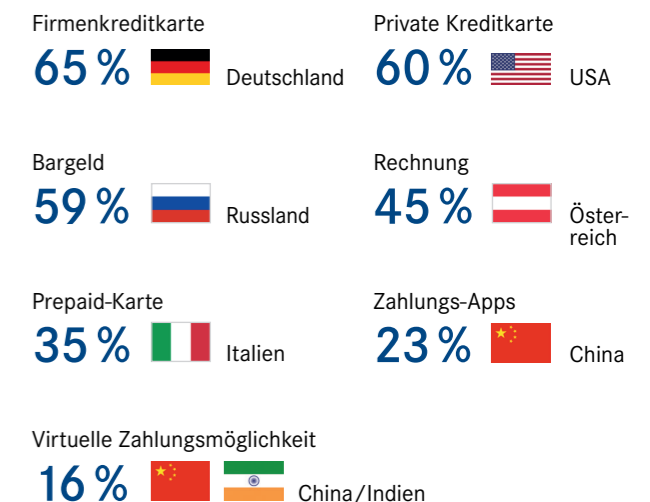


Andere Länder, andere Zahlungsfavoriten

So wie die Travel Manager unterscheiden sich auch die Reisenden signifikant nach Markt hinsichtlich ihrer bevorzugten Zahlungsmethoden für unterwegs. So sind beispielsweise in Deutschland Firmenkreditkarten der Top-Favorit, die US-Amerikaner sind bevorzugte Nutzer von privaten Kreditkarten, während Zahlungs-Apps in China und virtuelle Zahlungen in Indien am beliebtesten sind. Diese Zahlen zeigen, dass der Ansatz „eine Methode für alles“ global nicht funktioniert.

Spitzenreiter nach Zahlungsart*

(Prozent in jedem Land, in dem diese Zahlungsoption genutzt wird)



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



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

Internationale Travel Manager Alte und neue Zahlungspraktiken abwägen

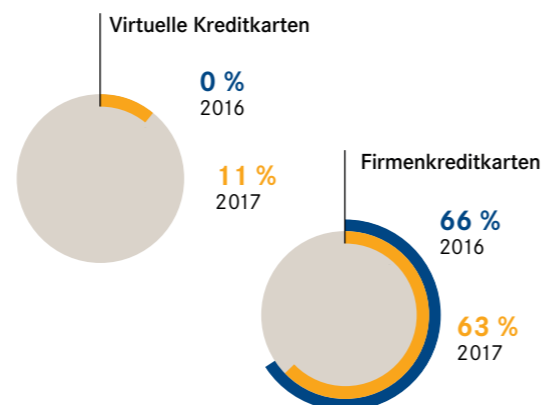
Internationale Geschäftsreisende Zahlen per Smartphone wird zur Normalität



Unternehmen beginnen mit der Nutzung virtueller Kreditkarten

Virtuelle Kreditkarten sind im Bewusstsein angekommen. Im vergangenen Jahr nutzte weniger als ein Prozent der Befragten diese Zahlungsmethode im Unternehmen. Im aktuellen Jahr ist dieser Wert auf 11 Prozent hochgeschossen. Trotz zahlreicher Anwendungsmöglichkeiten werden virtuelle Karten heute vor allem als Alternative zu Firmenkreditkarten zum Bezahlen von Hotelrechnungen genutzt. So verwundert es nicht, dass die Zahl der Firmen, die Firmenkreditkarten einsetzen, in diesem Jahr von 66 auf 63 Prozent zurückgegangen ist. Es lohnt sich, diese Entwicklung weiter zu beobachten.

Zahl der Unternehmen, die folgende Zahlungsmöglichkeiten verwenden* (Anteil der Travel Manager in Prozent)



44 Prozent aller Geschäftsreisenden haben schon per Smartphone bezahlt

Die Nutzung eines Smartphones als Zahlungsmittel ist keine Zukunftsmusik. 2017 ist das mobiles Bezahlen ein ganz normaler Vorgang. 44 Prozent der Geschäftsreisenden weltweit geben an, dass sie bereits Zahlungen über ihr Smartphone getätigt haben. Im Durchschnitt sind die Reisenden in den europäischen Ländern mit 35 Prozent bei der Nutzung etwas zurückhaltender als die Reisenden in den außer-europäischen Ländern, in denen durchschnittlich 55 Prozent mit dem Smartphone bezahlen. Mobile Payment per Smartphone wird in der Region Asia-Pacific mit 62 Prozent am stärksten genutzt.

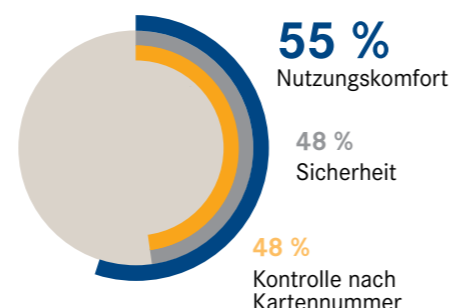
Geschäftsreisende, die per Smartphone zahlen* (Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



Komfort zählt zu den größten Vorteilen virtueller Kreditkarten

Virtuellen Kreditkarten wird eine große Zukunft im Bereich des Bezahlers vorausgesagt. Sie sind hervorragend an digitale Technologien angepasst und bieten Reisenden und Arbeitgebern gleichermaßen ein breites Spektrum an Vorteilen. Genannt von Unternehmen werden vor allem: Komfort in der Nutzung, Sicherheit und die Möglichkeit, dass jede Kartennummer geprüft werden kann, einschließlich auf Ausgabenlimit und Händler.

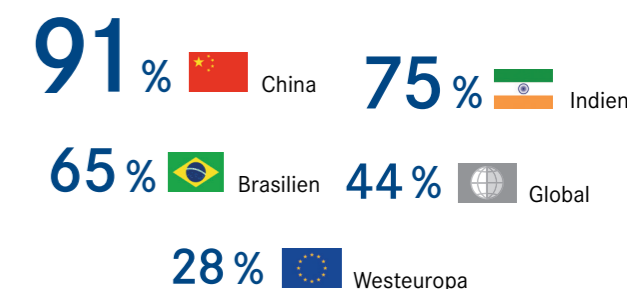
Die drei wichtigsten Vorteile virtueller Kreditkarten* (Anteil der Travel Manager in Prozent)



Mobiles Bezahlen ist Übergangstechnologie

Mobiles Bezahlen hat besonders in den Schwellenländern einen enormen Aufschwung erfahren. Die weitaus größte Nutzung verzeichnet China, gefolgt von Indien und Brasilien. Westeuropa hinkt beim Mobile Payment erheblich hinterher, rund 28 Prozent setzen dort die neuen Zahlungsmethoden ein. Darunter 44 Prozent der italienischen Geschäftsreisenden und 23 Prozent der Franzosen. Das Schlusslicht bildet Belgien mit nur 21 Prozent.

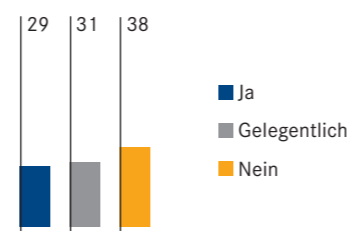
Geschäftsreisende, die in verschiedenen Märkten per Smartphone zahlen* (Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



Barzahlung immer noch weit verbreitet

Die Bereitstellung von Bargeldvorschüssen verursacht vielfältige Probleme. Sie erfordern einen hohen Verwaltungsaufwand, sind unsicher und wenig transparent bezüglich der Ausgaben des Reisenden. Und dennoch arbeiten auch 2017 zahlreiche Unternehmen immer noch mit diesem traditionellen Verfahren. Lediglich 38 Prozent der Travel Manager geben an, dass ihr Unternehmen keine Barvorschüsse mehr für Geschäftsreisen ausstellt.

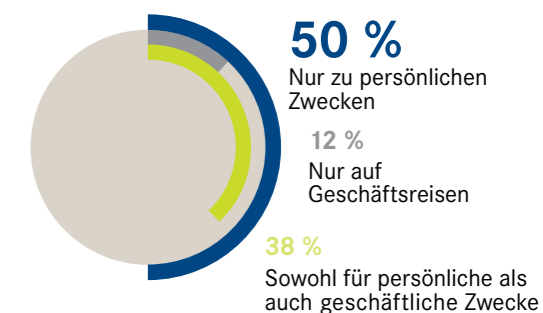
Unternehmen, die Barvorschüsse ausstellen* (Anteil der Travel Manager in Prozent)



Mobiles Bezahlen hinkt im Geschäftsreisebereich hinterher

Obwohl bereits 44 Prozent der Geschäftsreisenden schon einmal mit dem Smartphone bezahlt haben, haben bedeutend mehr von ihnen solche Zahlungen zu persönlichen Zwecken als für Geschäftsreisen getätigt. Wie bei vielen digitalen Technologien üblich, hinkt der gewerbliche Markt der Verbraucherwelt hinterher.

Zu diesen Zwecken haben Geschäftsreisende mobiles Bezahlen genutzt* (Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



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

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

Travel Manager in Deutschland Zwiespältige Ansichten zu neuen Zahlungsarten

Geschäftsreisende in Deutschland Konservative Zahlungsvorlieben



Widerwillen gegenüber neuen digitalen Möglichkeiten

Travel Manager in Deutschland zeigen gegenüber bestimmten Zahlungsweisen ein auffallend widersprüchliches Verhalten. Sie sind die weltweit größten Nutzer virtueller Kreditkarten und machen doch äußerst widerwillig von den Diensten neuer digitaler Zahlungsanbieter Gebrauch. Sie sind große Anhänger von Lodge cards, setzen aber immer noch in hohem Maße auf traditionelle Barvorschüsse.



Plastik bitte!

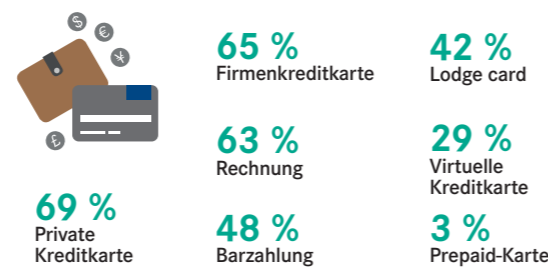
Deutsche Geschäftsreisende lieben bewährte Zahlungsmethoden. Auf Geschäftsreisen nutzen sie Firmenkreditkarten mit sehr viel größerer Begeisterung als Reisende aus anderen Ländern. Andererseits stehen sie der Nutzung von mobilen Zahlungsarten äußerst widerwillig gegenüber, ob geschäftlich oder privat. Sicherheitsbedenken und – in Deutschland besonders wichtig – der Datenschutz, stellen die größten Barrieren für digitale Zahlungsmethoden dar.



Breite Zustimmung zu virtuellen und privaten Kreditkarten und Lodge cards

Die Zahlungsentscheidungen deutscher Unternehmen vor und während der Geschäftsreise sind äußerst eigenwillig. Deutschland verfügt über den höchsten Anteil an Unternehmen weltweit, die virtuelle Karten nutzen. Deutsche Unternehmen sind zweitgrößter Nutzer von Lodge cards und privaten Kreditkarten von Mitarbeitern.

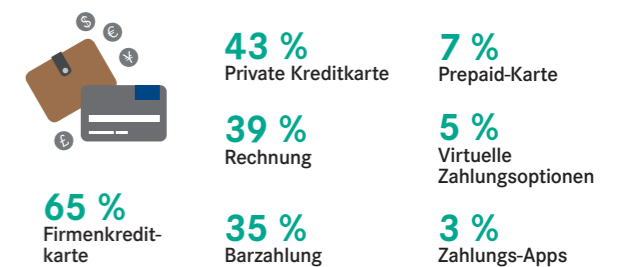
Von deutschen Unternehmen genutzte Zahlungsmethoden* (Anteil der Travel Manager in Prozent)



Firmenkarten gegenüber Zahlungs-Apps bevorzugt

Die Deutschen führen weltweit bei der Nutzung von Firmen- und privaten Kreditkarten auf Geschäftsreisen. Danach bevorzugen deutsche Reisende das Zahlen per Rechnung. Im Gegensatz dazu sind sie zusammen mit Österreich und Belgien weltweit am wenigsten begeistert von Zahlungs-Apps und Prepaid-Karten.

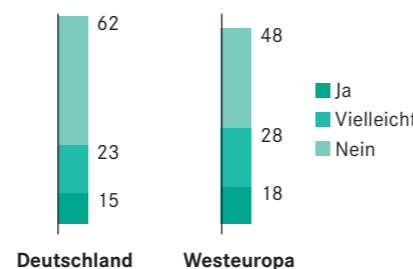
Die bevorzugten Zahlungsmethoden während einer Geschäftsreise* (Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



Starke Skepsis gegenüber neuen Zahlungsanbietern

Deutsche Travel Manager haben eine konservative Haltung gegenüber neuen Anbietern wie Apple, Google und PayPal. Ein außergewöhnlich hoher Anteil von 62 Prozent ist gegen die Vorstellung, die neuen Player für ihr Unternehmenszahlungsprogramm zu nutzen, während 15 Prozent sich dies sehr wohl vorstellen können.

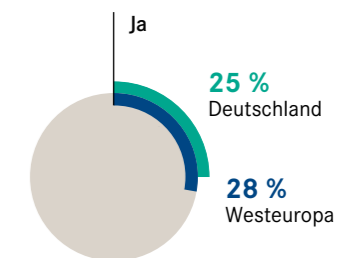
Bereitschaft, neue Zahlungsanbieter zu berücksichtigen* (Anteil der Travel Manager in Prozent)



Geringe Inanspruchnahme von mobilen Zahlungen

Als Bestätigung der vorausgegangenen Ergebnisse nutzt nur ein Viertel der Deutschen ihr Smartphone zur Abwicklung mobiler Zahlungen geschäftlich und privat. Das ist etwas niedriger als der westeuropäische Durchschnitt und bedeutend geringer als der globale Vergleich.

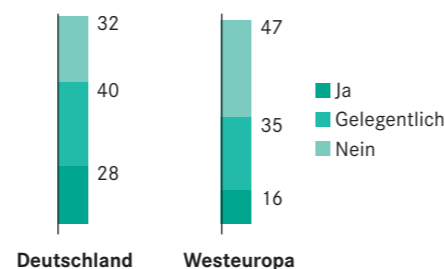
Zahlen Sie schon mit dem Smartphone?* (Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



Starke Nutzung von Barvorschüssen

Zwei von drei deutschen Unternehmen stellen für ihre Mitarbeiter immer noch Bargeldvorschüsse aus. Die Hälfte der Vorschüsse ist jedoch für weniger als 10 Prozent der Reisenden gedacht. Dies könnte darauf beruhen, dass Deutschland häufig in Länder exportiert, in denen Barzahlung das wichtigste Zahlungsmittel ist.

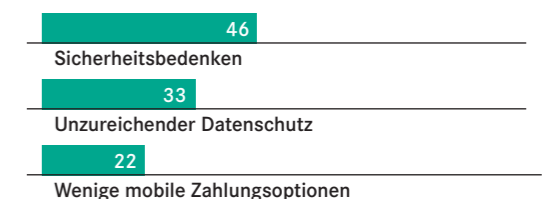
Ausstellung von Barvorschüssen* (Anteil der Travel Manager in Prozent)



Sicherheit und persönliche Bedenken schrecken von mobiler Nutzung ab

Sicherheitsbedenken sind das Hauptmotiv, warum deutsche Geschäftsreisende sich beim mobilen Bezahlen so schwertun. Sie haben aber auch ebenso deutlich stärkere Bedenken in Bezug auf den Datenschutz (33 Prozent – der zweithöchste Anteil weltweit).

Die drei wichtigsten Gründe, die gegen das mobile Bezahlen sprechen* (Anteil der Geschäftsreisenden in Prozent)



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

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

Zusammenfassung

Neue Zahlungsmethoden auf dem Vormarsch



Travel Manager werden Zahlungsmethoden auch zukünftig individuell zusammenstellen

Die meisten Travel Manager sind bezüglich der Nutzung der Angebote neuer digitaler Zahlungsanbieter zurückhaltend. Ihre Position wird jedoch aufgeweicht, und insbesondere Unternehmen mit einem hohen Reiseetat möchten ihre Reiseprogramme nutzerfreundlicher gestalten. Barzahlung, private Kreditkarten und Rechnungen bleiben weiterhin gängige Zahlungsmethoden. Unternehmen mit einem höheren Reisebudget werden wahrscheinlich sehr viel eher effektive Zahlungsoptionen wie Firmenkreditkarten, Lodge cards und – zunehmend auch – virtuelle Kreditkarten nutzen.



Reisende haben das mobile Bezahlen bereits angenommen

Geschäftsreisende probieren die Angebote neuer digitaler Anbieter mit sehr viel größerer Begeisterung aus als Travel Manager. Und nahezu die Hälfte von ihnen nutzt heute schon mobile Zahlungsoptionen, wenn auch in erster Linie privat. Reisende aus Schwellenländern führen beim mobilen Bezahlen. Die größten Skeptiker sind in Westeuropa zu Hause, wo man sich in erster Linie um die Sicherheit sorgt.



Die Deutschen sind konservativ beim mobilen Bezahlen, in anderer Hinsicht jedoch mutig

Deutsche Reisende sind deutlich zurückhaltender als ihre Kollegen anderer Länder, wenn es um das mobile Bezahlen geht, wobei Datenschutzbedenken den wichtigsten Einwand darstellen. Deutsche Travel Manager legen eine vergleichbar geringe Begeisterung an den Tag, wenn es darum geht, das Angebot neuer digitaler Zahlungsanbieter zu nutzen. Andererseits ragen deutsche Unternehmen bei anderen innovativen Zahlungsmethoden heraus. Sie sind die weltweit größten Nutzer virtueller Kreditkarten und stehen an zweiter Stelle bei der Nutzung von Lodge cards.

2017 – Zahlungen von Geschäftsreisen im Überblick

- > Mobiles Bezahlen ist mittlerweile normal, insbesondere in China – in erster Linie jedoch für private Zwecke
- > Geschäftsreisende legen im Vergleich zu den Travel Managern sehr viel mehr Begeisterung an den Tag, wenn es um die Nutzung der Angebote neuer digitaler Zahlungsanbieter geht
- > Firmenkreditkarten bleiben die gängigste Zahlungsmethode bei Geschäftsreisen
- > Zahlungspräferenzen unterscheiden sich erheblich von Land zu Land. Eine Lösung für alles wird es nicht geben
- > Obwohl einige Länder versuchen, das bargeldlose Bezahlen zu etablieren, sind doch mehr Unternehmen der Ansicht, dass Bargeld auf Geschäftsreisen immer noch benötigt wird



AirPlus International
Dornhofstraße 10
63263 Neu-Isenburg
Deutschland

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