YOUR **TRAVEL PAYMENT** COMPANY.

AirPlus INTERNATIONAL

International Travel Management Study 2018

Teil 1 – Ausblick Geschäftsreisen

Ausgabe Schweiz

Mehr Reisen und höhere Ausgaben erwartet.



Immer häufiger packen Führungskräfte ihre Koffer und besteigen Flugzeuge, um für ihre Unternehmen Geschäfte zu tätigen. Das ist das Ergebnis der Befragung von über 3'000 Travel Managern und Geschäftsreisenden in 24 Ländern im Rahmen der 13. AirPlus International Travel Management Study. Im zweiten Jahr in Folge erwarten mehr Travel Manager in ihrem Unternehmen einen Anstieg der Reisen. Nur 8 % erwarten hingegen weniger Reisen – der niedrigste Stand seit 2009. Es gibt allerdings Anzeichen, dass in den USA und dem vor dem Brexit stehenden Grossbritannien der Optimismus in Bezug auf das Reisen nachlässt. Für alle anderen gilt jedoch: Achtung, mehr Reisen bedeuten auch, dass mehr Unternehmen einen Anstieg ihrer Reisekosten befürchten.

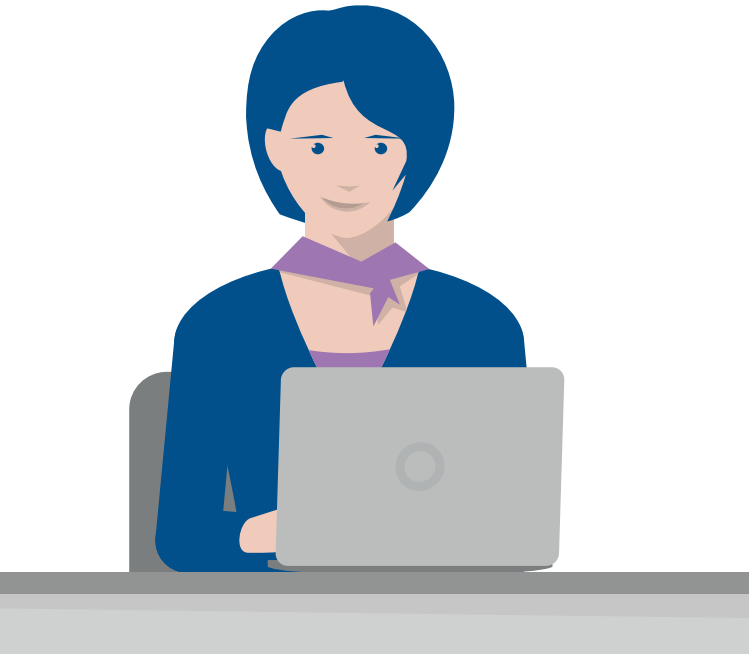
Über diese Studie

Für diese Studie hat das internationale Marktforschungsinstitut 2HM 870 Travel Manager und 2'180 Geschäftsreisende in 24 Ländern befragt. Die Befragungen wurden telefonisch und online durchgeführt.

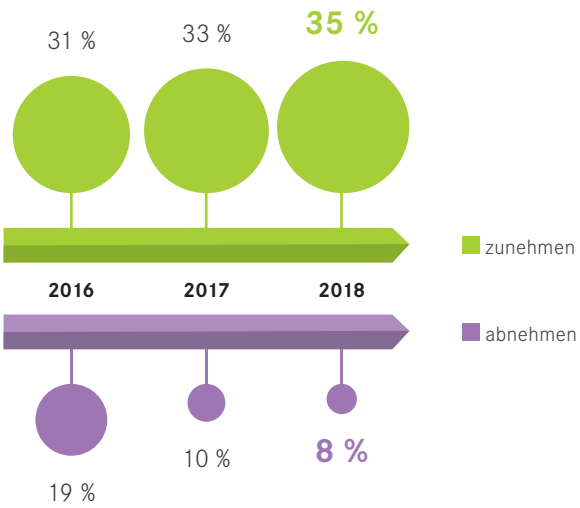
Rosige Aussichten für Geschäftsreisen.

Travel Manager – Die Welt bleibt in Bewegung.

Die Welt mag zunehmend unberechenbarer werden – Geschäftsreisen zeigen sich bis jetzt jedoch von politischen Turbulenzen unbeeindruckt. Der Anteil von Travel Managern, die von einem Anstieg der Reisen in ihrem Unternehmen ausgehen, steigt im zweiten Jahr in Folge. Demgegenüber ist der Anteil derer, die weniger Reisen erwarten, im zweiten Jahr in Folge zurückgegangen. Auf diesem niedrigen Niveau lag der Anteil zuletzt 2009.



Anzahl der Geschäftsreisen weltweit wird ...



Höhere Ausgaben erwartet.

Da die Unternehmen insgesamt mehr Reisen erwarten, ist es nicht erstaunlich, dass viele Travel Manager von einem Anstieg ihrer Reisekosten ausgehen. Am meisten machen ihnen erhöhte Flugkosten Sorgen, wenn auch eine kleine Minderheit zuversichtlich ist, diese Kosten zurückfahren zu können. Die andere grössere Sorge sind die Hotelkosten, bei denen 36 % der Travel Manager einen Anstieg erwarten. Weniger Travel Manager sind über steigende Kosten für Mietwagen, Meetings sowie Tagungen und Zugreisen besorgt, wobei hier zu berücksichtigen ist, dass diese Kategorien in manchen Ländern entweder wenig genutzt oder wenig verwaltet werden.

Geschäftsreiseausgaben in der Unternehmung werden* ...



zunehmen	41 %	19 %	24 %	36 %	23 %
gleich bleiben	43 %	54 %	58 %	51 %	58 %
abnehmen	13 %	11 %	11 %	10 %	10 %

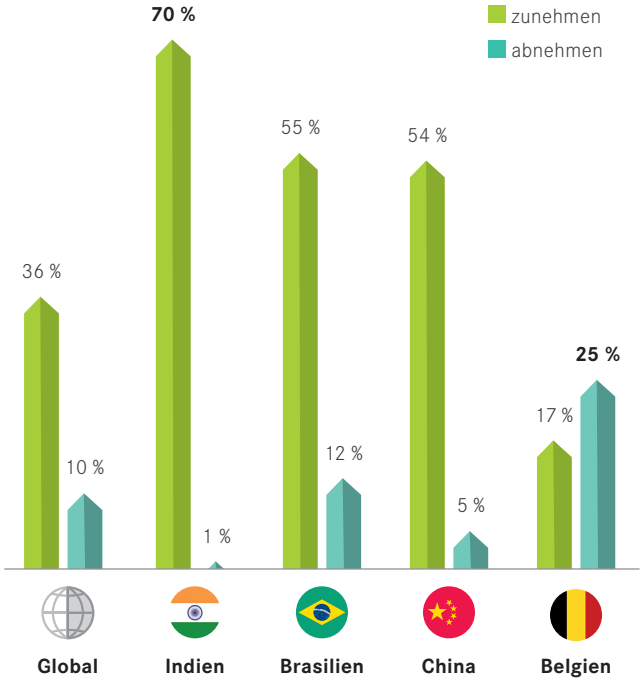
* Eine Differenz zu 100 % ergibt sich, wenn nicht alle Teilnehmer die Frage beantwortet haben.

Geschäftsreisende – Koffer gepackt und los geht's.

Die Zahlen bei den Geschäftsreisenden ähneln erstaunlicherweise denen der Travel Manager. Die Gesamtzahl verdeckt allerdings deutliche Unterschiede, wobei die schnell wachsenden Wirtschaften die Führung beim Wachstum der Geschäftsreisen übernehmen. Der Anteil der Geschäftsreisenden, die mehr Reisen erwarten, ist in Indien am höchsten, gefolgt von Brasilien und China. Die Zahlen für Europa sind weit niedriger, insbesondere in Belgien, wo im weltweiten Vergleich die meisten Reisenden weniger Geschäftsreisen vorhersagen. Belgien ist das einzige Land, wo mehr Reisende einen Rückgang der Geschäftsreisen erwarten als einen Zuwachs.



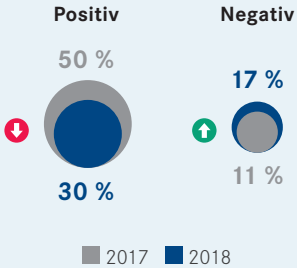
Anzahl der Geschäftsreisen wird ...



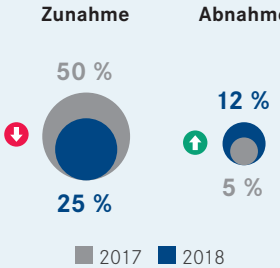
BREXIT – Auswirkungen auf die Zuversicht in Grossbritannien?

Austritt – ins Bodenlose?
Der Anteil der Travel Manager in Grossbritannien, die einen positiven Effekt der Wirtschaft auf Geschäftsreisen annehmen, ist von 50 % im letzten Jahr auf 30 % in diesem Jahr abgestürzt. Der Anteil derer, die einen negativen Effekt ausmachen, ist von 11 % auf 17 % gestiegen. Sind die Travel Manager über den Brexit besorgt – bzw. über die damit verbundene Unsicherheit? Diese Annahme wird durch eine weitere Beobachtung gestützt: Lediglich 25 % gehen von mehr Geschäftsreisen in diesem Jahr aus, was eine Halbierung gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Der Anteil derer, die weniger Reisen erwarten, ist von 5 % auf 12 % gestiegen. Die britischen Geschäftsreisenden sind sogar noch stärker besorgt. Nur 21 % meinen, die Wirtschaft beeinflusse die Reisezahlen positiv. In keinem anderen Land sind es weniger.

Erwarteter Effekt Geschäftsreisen



Erwartete Anzahl Geschäftsreisen

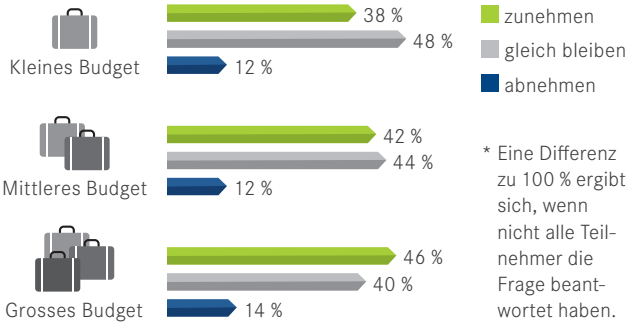


Grösse ist wichtig! Der Einfluss des Reisebudgets auf Einstellungen und Verhalten.

Unternehmen mit grossen Budgets sorgen sich mehr über steigende Kosten.

Trotz ihrer grösseren Kaufkraft sind es die Unternehmen mit hohen Reiseausgaben, die am meisten von einem Anwachsen ihrer Reisekosten in den nächsten zwölf Monaten ausgehen. Dem stehen 42 % der Unternehmen mit mittleren und 38 % der Unternehmen mit kleinem Reisebudgets gegenüber. Der Hauptgrund ist, dass mit 40 % mehr Unternehmen mit grossen Reisebudgets von mehr Geschäftsreisen ausgehen als Unternehmen mit mittleren (37 %) oder kleinen (30 %) Reisebudgets.

Geschäftsreiseausgaben in der Unternehmung werden ...*



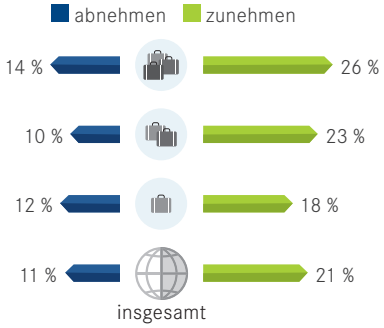
* Eine Differenz zu 100 % ergibt sich, wenn nicht alle Teilnehmer die Frage beantwortet haben.



Unternehmen mit grossen Reisebudgets erwarten mehr Meetings.

Insgesamt erwarten fast doppelt so viele Travel Manager, in den nächsten zwölf Monaten mehr Meetings und Tagungen zu buchen als weniger. Allerdings ist der Anteil derer, die einen Anstieg von Meetings erwarten, gegenüber dem letzten Jahr zurückgegangen. Einen Anstieg erwarten 26 % der Unternehmen mit grossem Reisebudget, 23 % der Unternehmen mit mittlerem Reisebudget und lediglich 18 % der Unternehmen mit kleinem Reisebudget.

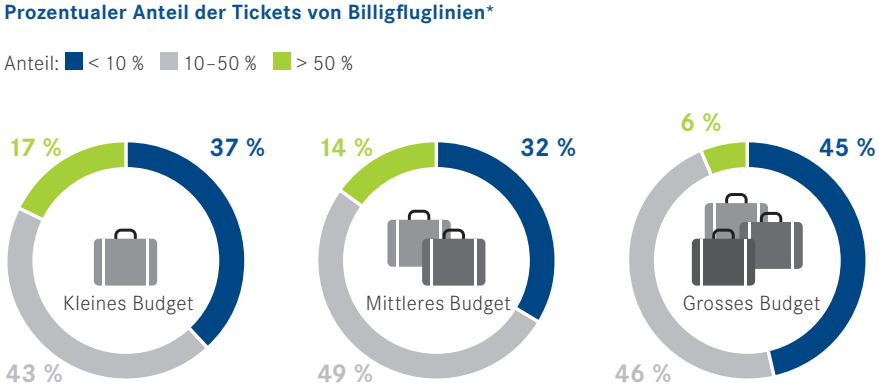
Anzahl der Meetings und Tagungen wird ...



Unternehmen mit grossen Reisebudgets meiden Billigfluggesellschaften.

Über steigende Kosten besorgte Unternehmen mit grossen Reisebudgets sollten möglicherweise ihre geringe Nutzung von Billigfluglinien überdenken. Aus dieser Grafik ergibt sich, dass der Anteil der Billigfluglinien an den gekauften Tickets weit geringer ist als bei den Unternehmen mit mittlerem oder kleinem Reisebudget. Allerdings können bestimmte Umstände möglicherweise diese Tendenz erklären. So kann es sein, dass bei Unternehmen mit grossen Reisebudgets der Anteil der Langstreckenflüge grösser ist, von denen die meisten nicht von Billigfluglinien bedient werden.

Prozentualer Anteil der Tickets von Billigfluglinien*



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

Entwicklung der Weltwirtschaft – Gut oder schlecht für Geschäftsreisen?

Travel Manager sind sich äusserst uneins.

Das Anwachsen der Unternehmensgeschäftsreisen wird möglicherweise eher trotz als wegen der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation erwartet. Genau die Hälfte aller Travel Manager weltweit meint, dass die Wirtschaftslage keinen Einfluss auf die Reisehäufigkeit in ihrem Unternehmen hat. 27 % gehen von einem positiven Effekt aus – gegenüber 20 %, die einen negativen Effekt annehmen (die verbleibenden 3 % sind sich nicht sicher). Nach Märkten gehen in elf Ländern mehr Travel Manager von einem eher positiven als negativen Effekt aus, während in acht Ländern das Gegenteil der Fall ist. So gehen nur etwa 3 % der russischen Travel Manager von einem stimulierenden Effekt der Wirtschaft auf Geschäftsreisen aus.



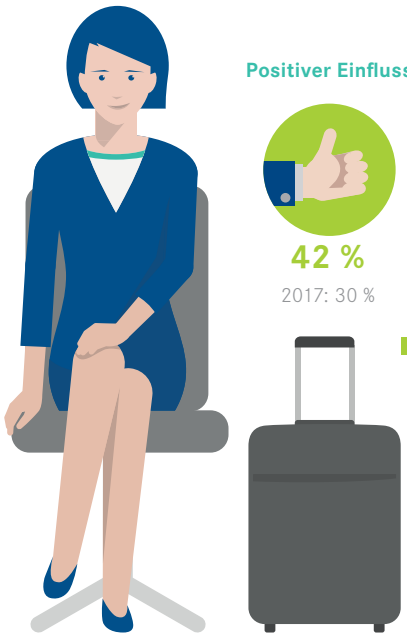
Positiver Einfluss der Wirtschaft auf Geschäftsreisen?*



zunehmend | gleich bleibend | abnehmend

Reisende sind optimistischer.

Geschäftsreisende sehen das Thema anders. Der Anteil derer, die von einem positiven Effekt der Wirtschaft auf Geschäftsreisen ausgehen, liegt nun leicht über dem der Geschäftsreisenden, die keinen Effekt sehen. Nur noch 15 % machen einen negativen Effekt aus (gegenüber 22 % im Vorjahr). Der Anteil der Reisenden, die angeben, dass sich die Wirtschaft positiv auf Geschäftsreisen auswirke, ist in Indien weltweit am höchsten. Der Anteil der Reisenden, die einen negativen Effekt sehen, ist in Südafrika am höchsten.



Positiver Einfluss der Wirtschaft auf Geschäftsreisen?*



zunehmend | gleich bleibend | abnehmend



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

Momentaufnahme globale Geschäftsreisen.

In welchen Ländern wird es mehr Geschäftsreisen geben?

Vorreiter Indien
Wie ihre reisenden Kolleginnen und Kollegen gehen auch die indischen Travel Manager zum grössten Teil (77 %) von mehr Geschäftsreisen in den nächsten zwölf Monaten aus. Das ist auch hier der grösste Anteil weltweit. Diese Beobachtung deckt sich mit Zahlen der Global Business Travel Association, nach denen Indiens Reiseausgaben die weltweit am schnellsten wachsenden sind.

Stimmungswechsel in den USA
In den USA hat in den letzten zwölf Monaten ein signifikantes Umdenken stattgefunden. Im letzten Jahr gingen noch 71 % der US-amerikanischen Travel Manager von mehr Reisen bei ihrem Unternehmen aus – mehr als irgendwo sonst. In diesem Jahr sind es gerade noch 43 %. Auch wenn diese Zahl immer noch über dem weltweiten Durchschnitt liegt, steht sie doch in starkem Kontrast zum Nachbarn Kanada, wo der Anteil der Travel Manager, die einen Zuwachs der Geschäftsreisen erwarten, steil von 25 % im letzten Jahr auf 45 % in diesem Jahr angestiegen ist.

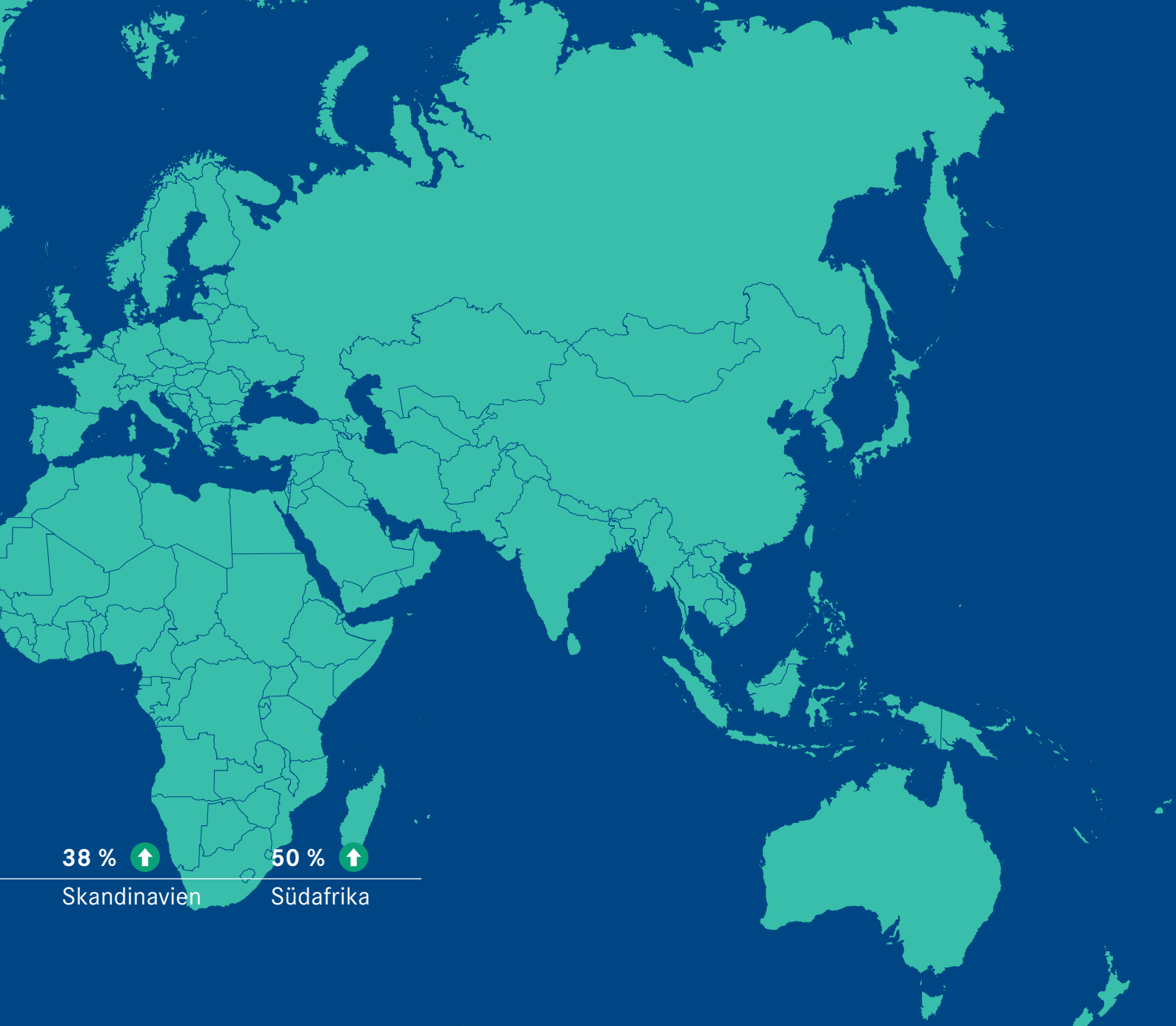
Geteilte Meinungen
In allen Ländern, die von der diesjährigen AirPlus International Travel Management Study erfasst sind, gehen mehr Travel Manager von einem Zuwachs der Geschäftsreisen aus als von einem Rückgang.

Im Vergleich mit denjenigen, die weniger Reisen prognostizieren (8 %), erwarten weltweit mehr als viermal so viele Travel Manager, dass ihr Unternehmen in diesem Jahr mehr reisen wird (35 %).



Anteil der Travel Manager, die mehr Geschäftsreisen in ihrem Unternehmen erwarten, nach Ländern

- Anteil im Vergleich zu 2017 gestiegen
- Anteil im Vergleich zu 2017 gesunken
- Anteil im Vergleich zu 2017 unverändert



38 % ↑	50 % ↑			
Skandinavien	Südafrika			
25 % ↓	23 % →	27 % ↑	25 % ↓	77 % ↑
Spanien	Belgien	Deutschland	Türkei	Indien
25 % ↓	43 % ↑	27 % ↓	7 % ↑	23 % →
Grossbritannien	Niederlande	Österreich	Russland	Singapur
18 % ↑	25 % ↑	30 % ↓	55 % ↑	50 % ↑
Frankreich	Schweiz	Italien	China	Australien

Schweiz – Auf einen Blick.



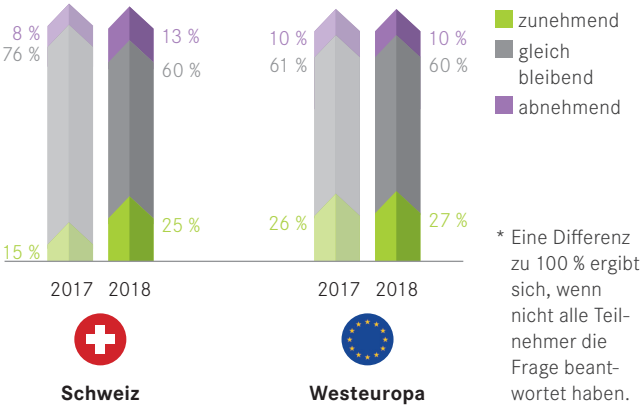
Schweizer Travel Manager.

- Sind zunehmend uneins in Bezug auf das künftige Reisevolumen ihres Unternehmens.
- Sind zunehmend besorgt über einen negativen Einfluss der wirtschaftlichen Entwicklung auf Geschäftsreisen.
- Sind zunehmend der Ansicht, die Reisekosten ihres Unternehmens mindern zu können.

Hinsichtlich der Reiseaussichten nähert sich die Schweiz den westeuropäischen Ländern an.

Die Schweizer Travel Manager sind hinsichtlich des Reisevolumens zunehmend uneins. Einerseits meinen inzwischen 13 % der Travel Manager, dass ihr Unternehmen weniger Geschäftsreisen unternehmen wird. Andererseits ist die Zahl der Travel Manager, die von einer Zunahme der Reiseaktivitäten ihres Unternehmens ausgehen, noch stärker gewachsen, von 15 % auf 25 %. Ein weiterer Trend ist, dass sich die Schweiz inzwischen fast genau auf dem Niveau ihrer Nachbarn bewegt. Noch im letzten Jahr lag die Zahl der Schweizer Travel Manager, die von einem Anwachsen des Reisevolumens ausgingen, weit unter dem westeuropäischen Durchschnitt.

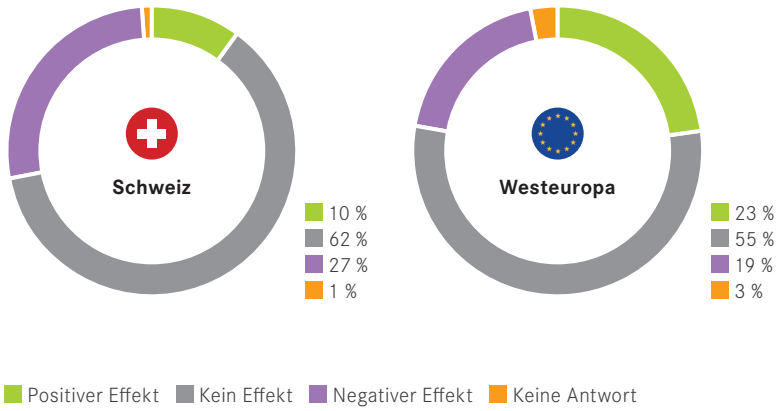
Entwicklung der Geschäftsreisen*



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

Weiter Bedenken hinsichtlich der Schweizer Wirtschaft.

Auswirkung der Wirtschaft auf Geschäftsreisen



Auch die Bewertung des Einflusses der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation auf das Reisevolumen ist unter Schweizer Travel Managern zunehmend umstritten. Einerseits ist die Anzahl derer, die einen negativen Effekt ausmachen, von 20 % im letzten Jahr auf 27 % in diesem Jahr gestiegen, andererseits hat sich die Zahl derer, die einen positiven Effekt ausmachen, von 5 % auf 10 % verdoppelt. Insgesamt sind die Schweizer Travel Manager jedoch hinsichtlich des Einflusses der Wirtschaft auf Geschäftsreisen weit weniger optimistisch als ihre Kolleginnen und Kollegen in anderen Weltregionen, aber auch im restlichen Westeuropa.



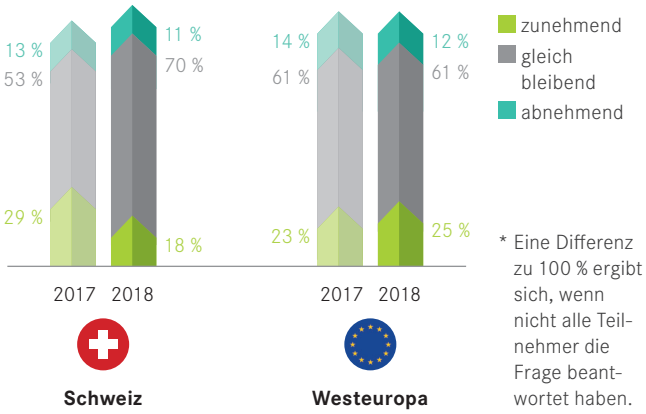
Schweizer Geschäftsreisende.

- Erwarten keine Steigerung bei den von ihnen unternommenen Geschäftsreisen ...
- ... werden jedoch paradoxerweise optimistischer hinsichtlich des Einflusses der Wirtschaft auf Geschäftsreisen.

Vergleichsweise stärkere Zurückhaltung bei Schweizer Geschäftsreisenden in Bezug auf Reiseerwartungen.

Die Zahl der Schweizer Geschäftsreisenden, die davon ausgehen, in den kommenden zwölf Monaten mehr Reisen zu unternehmen, ist stark zurückgegangen. Demgegenüber sind die entsprechenden Zahlen in Westeuropa und weltweit im gleichen Zeitraum gestiegen. Vergleicht man die Ansichten der Schweizer Geschäftsreisenden und Travel Manager, so haben die einen die anderen in der Umfrage überholt. Im letzten Jahr waren die Reisenden hinsichtlich des Reisevolumens noch optimistischer als ihre Kolleginnen und Kollegen vom Travel Management. Dieses Jahr ist es genau das Gegenteil.

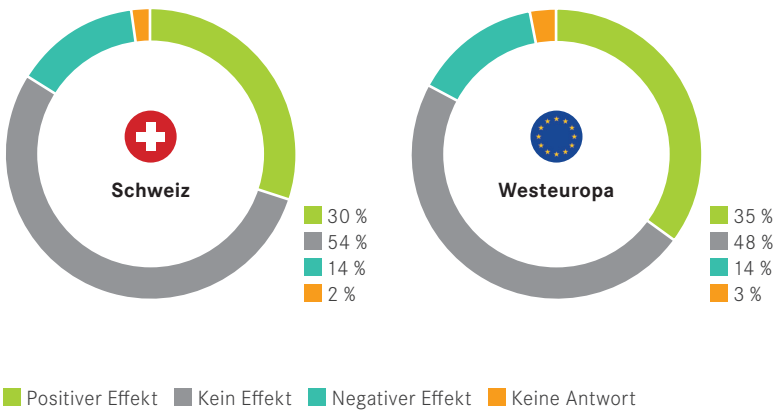
Entwicklung der Geschäftsreisen*



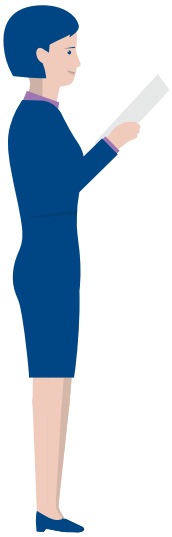
* Eine Differenz zu 100 % ergibt sich, wenn nicht alle Teilnehmer die Frage beantwortet haben.

Geschäftsreisende schätzen die Wirtschaft anders ein.

Auswirkung der Wirtschaft auf Geschäftsreisen



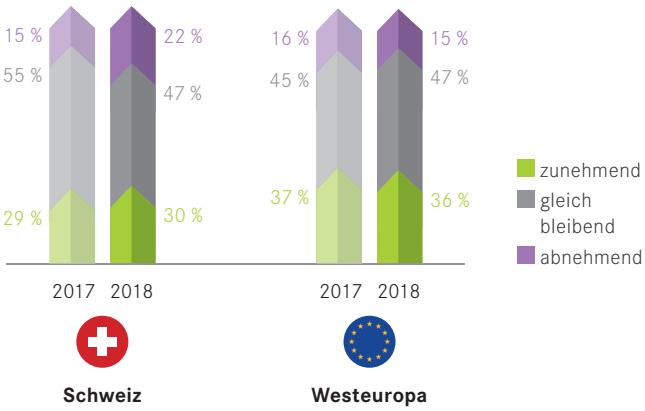
Trotz grösseren Optimismus hinsichtlich ihrer Geschäfte erwarten in diesem Jahr interessanterweise weniger Schweizer Geschäftsreisende eine Zunahme ihrer Reisen. Statt 22 % im Vorjahr gehen in diesem Jahr 30 % der Reisenden von einer positiven Auswirkung der Wirtschaft auf ihre Geschäftsreisen aus. Der Anteil derer, die von einem negativen Effekt ausgehen, ist demgegenüber von 22 % auf 14 % gefallen. Damit bewegen sich die Zahlen für die Schweiz inzwischen auf dem Niveau der anderen Länder Westeuropas. Schweizer Geschäftsreisende sind hinsichtlich der Wirtschaft weit optimistischer als ihre Kolleginnen und Kollegen im Travel Management.



Wachsende Zuversicht, Kosten senken zu können.

Zwar gehen 30 % der Travel Manager für die nächsten zwölf Monate von einer Steigerung ihrer Reisekosten aus, je doch sind dies weniger als der allgemeine Durchschnitt in Westeuropa. Demgegenüber ist der Anteil der Schweizer Travel Manager, die geringere Reisekosten erwarten, signifikant gestiegen – und zwar weit überdurchschnittlich auf 22 %.

Entwicklung der Reisekosten*



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

Analyse.

Divergierende Meinungen

Die diesjährige Momentaufnahme der Stimmung bei Travel Managern und Geschäftsreisenden zeigt vermehrt unterschiedliche Meinungen über das zu erwartende Reisevolumen von Schweizer Unternehmen – und darüber, ob der Zustand der Wirtschaft sich positiv oder negativ darauf auswirkt. Mehr Schweizer Travel Manager sind der Ansicht, dass es mehr Reisen geben wird und dass die Wirtschaft einen positiveren Effekt hat. Jedoch ist auch die Zahl derer gestiegen, die vom genauen Gegenteil ausgehen. Demgegenüber gehen Schweizer Geschäftsreisende davon aus, weniger zu reisen, und zwar auch, wenn sie von der Wirtschaft einen positiveren Effekt erwarten.

Ungewissheit beim Thema Geschäftsreisen spiegelt Ungewissheit in Bezug auf die Wirtschaft wider – und einen starken Franken

Diese offensichtlich widersprüchlichen Bilder ergeben sich daraus, dass auch die Schweizer Wirtschaft derzeit eine von Unklarheit und Ungewissheit geprägte Phase durchmacht. Dem liegen ursächlich wohl nach wie vor die anhaltende Stärke des Schweizer Frankens und die damit einhergehenden schwierigeren Bedingungen für die Exporteure zugrunde. Zwar lag der Kurs des Frankens im letzten Jahr unter den noch vor kurzem erreichten Höchstständen, aber auch mit dieser teilweisen Abschwächung bleiben Schweizer Produkte nach wie vor für Käufer in anderen Ländern sehr teuer.

Gute Zeiten für die einen – schlechte für die anderen

Wegen des starken Frankens gingen die Exporte von Waren und Dienstleistungen 2017 leicht zurück, während die Importe leicht anstiegen (sodass von mehr Reisen der Schweizer Importeure ausgegangen werden kann). Um das Bild noch verworrener zu machen, nahmen jedoch in einigen Branchen die Exporte zu, vor allem im Bereich Militärausrüstung und in zwei traditionellen Luxusbranchen: Uhren und Schokolade.

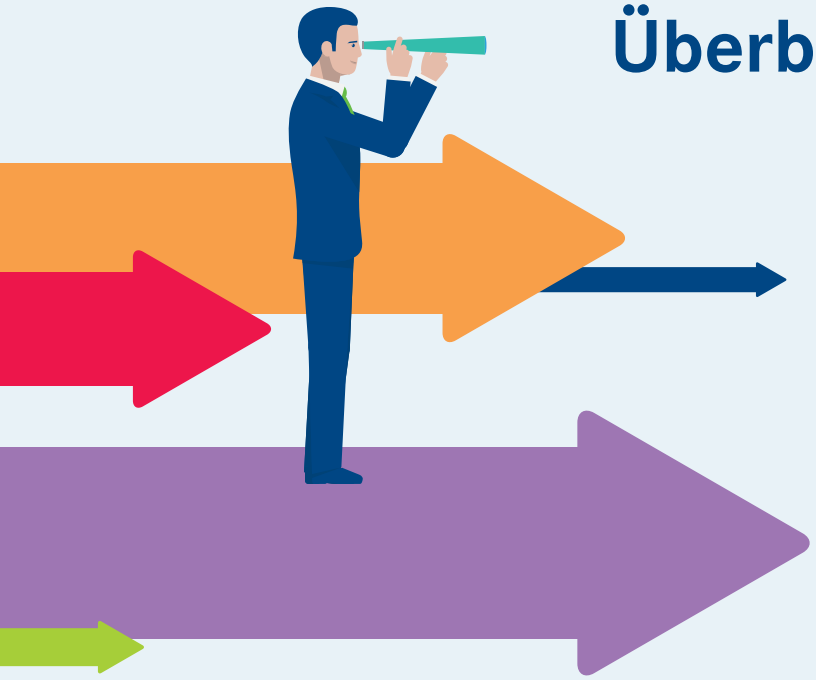
Bei einem derart inkonsistenten Bild überrascht es nicht, dass die Ansichten der Schweizer Travel Manager und der Schweizer Geschäftsreisenden auseinandergehen, wenn es um ihre Einschätzung der Entwicklung bei den Geschäftsreisen geht. Ihre Ansichten werden je nach Branchen und Zielorten unterschiedlich sein, wobei möglicherweise auch eine Rolle spielt, ob es sich um eher optimistische oder um eher zurückhaltende Personen handelt.

Die Schweizer Unternehmen stehen derweil vor einem Dilemma: Sollen sie ihre Geschäftsreisen zurückfahren, wenn der starke Franken ihre Waren und Dienstleistungen zu sehr verteuert? Oder ist im Gegenteil genau jetzt der Zeitpunkt, die Kunden im direkten Gespräch davon zu überzeugen, dass Schweizer Qualität ihren höheren Preis wert ist? Die Antwort der Schweizer Unternehmen auf diese Frage wird auch ihre Reisestrategie bestimmen.

Die Entwicklung des Frankens wird weiter entscheidend sein

Die Situation wird noch schwieriger, weil derzeit niemand mit Gewissheit sagen kann, wie sich der Franken in nächster Zeit entwickeln wird. Analysten hoffen auf eine weitere Abschwächung, um den Export zu stärken. Wann immer jedoch die weltweiten Wertpapiermärkte nachgeben, wie etwa im Februar 2018, flüchten die Investoren in den Franken und werten ihn so auf. Die Stimmung im Bereich Geschäftsreisen wird daher wohl in diesem Jahr noch einige Wendungen erleben.

Überblick 2018.





Travel Manager gehen vermehrt davon aus, dass ihre **Unternehmen mehr Reisen buchen**. Der Anteil derer, die einen Zuwachs der Reisen annehmen, ist zum zweiten Mal in Folge gestiegen und beträgt jetzt 35 %.



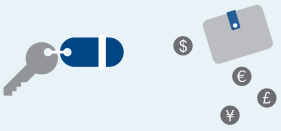
Der Anteil derer ist gesunken, die von einem **Rückgang der Geschäftsreisen** in ihrem Unternehmen ausgehen. Er liegt jetzt **bei 8 %** – dem geringsten Wert in der International Travel Management Study seit 2009.



Von allen 24 Ländern der Studie ist der Anteil der Travel Manager und der Geschäftsreisenden, die von **vermehrten Reisen** ausgehen, in **Indien** am höchsten (77 % bzw. 70 %).



Travel Manager **sind über steigende Kosten besorgt**, wobei 41 % höhere Flugreisekosten und 36 % höhere Hotelrechnungen erwarten.



Hinsichtlich des **Einflusses der Wirtschaftslage** auf Geschäftsreisen sind die Travel Manager **geteilter Meinung** (positiv: 27 %, negativ: 20 %, keine: 50 %).

Toxische Auswirkungen des Brexits? Der Anteil der britischen Travel Manager, die mehr Geschäftsreisen erwarten, ist stark zurückgegangen. Gleichfalls stark zurückgegangen ist auch der Anteil der britischen Travel Manager, die von einem positiven Effekt der Wirtschaft auf das Reisevolumen ausgehen. Hinzu kommt, dass die **britischen Geschäftsreisenden die Wirtschaft weniger positiv sehen** als Geschäftsreisende in irgendeinem anderen Land.





Unternehmen mit grossen Reisebudgets sind besorgter über steigende Reisekosten als Unternehmen mit mittleren oder kleinen Reisebudgets. Ausserdem nutzen Unternehmen mit grösseren Budgets Billigfluggesellschaften in geringerem Mass.

AirPlus International AG
zuerich@airplus.com – www.airplus.com