

DER ÖSTERREICHISCHE GESCHÄFTSREISEMARKT IN ZAHLEN

CORONA UPDATE:
GEHT DER AUFSCHWUNG
WEITER?



Foto: Flughafen Wien AG

ABTA GESCHÄFTSREISEREPORT 2023

Impressum

Herausgeber: Austrian Business Travel Association, Sterngasse 3/2/6, A-1010 Wien

Präsident: Roman Neumeister

Sekretariat: +43 (660) 9408 300

Analyse und Text: Wilfried Kropp (Kropp Kommunikation)

Grafik/Fotos: Agentur Igalffy

Wien, 1. Februar 2023

INHALTSVERZEICHNIS

TEIL 1: ERGEBNISSE 2021

Auf einen Blick: Durchgängig rote Zahlen	7
Markttrends: Reiseintensität auf historischem Tiefstand	8
Reisedauer: In der Krise längere Reisen	9
Inland verliert weniger stark als Ausland	10
Kosten sinken um mehr als 50 Prozent	11
Airlines: Am härtesten von der Krise getroffen	12
Fahrten mit dem Auto	13
Zusammenfassung: Genutzte Verkehrsmittel	14
Übernachtungen: Hotelübernachtungen stark rückläufig	16
Service-Gebühren: Reisebüros mit verschlechterter Einnahmenbasis	18

TEIL 2: CORONA UPDATE 2022

Sprunghaftes Wachstum im zweiten und dritten Quartal 2022	21
Entwicklung der Flugticketpreise	22
Inflation und Rezession dämpfen den Aufschwung	23

TEIL 3: HERAUSFORDERUNGEN 2023

Business-Travel-Experten erwarten neue Belastungen	24
Airlines: Bessere Aussichten	25
Hotels: Harte Anstrengungen nach innen und außen	26
Autovermieter: Hohe Nachfrage trifft auf knappes Angebot	26
Travel Management Companies: Holpriger Start	27
Unternehmen: Positive Trends überwiegen	28
Travel IT Anbieter: Abhängig von der Entwicklung der Flugbuchungen	29
Konzept: Datenermittlung und Analyse	31

Vielen Dank

Zu der vorliegenden Studie haben Branchen-Experten wesentliche Daten beigesteuert. Insbesondere die Angaben über die durchschnittlichen Kosten pro Flugticket, Hotelübernachtung, Mietwagen usw. stammen aus einem Kreis von Unternehmen, die im österreichischen Geschäftsreisemarkt führende Positionen einnehmen. Wir nennen diesen Kreis

ABTA Unternehmenspool (AUP)

Wir danken für wertvolle Beiträge insbesondere:

Peter A. Tolinger, Senior Business Travel Executive

Michael Glück, BTU Business Travel Unlimited

Sabine Toplak, VP Corporate Sales & Trademarketing Nordeuropa, Accor Hotels

Robert Rieb, MBA, Managing Director, COLUMBUS Business Travel GmbH/ FCM Travel Solutions

Thomas Willingshofer, BCD Travel GmbH, Director Operations and Supplier Relations

Statistik Austria

Für die Bereitstellung der Erhebungsdaten sowie für wertvolle Hinweise danken wir

Statistik Austria, vertreten durch Dr. Peter Laimer, Mag. Rebecka Wurian und Rebecca Daul, MA

TEIL 1: ERGEBNISSE 2021

Auf einen Blick

Durchgängig rote Zahlen: Geschäftsreisen in Österreich

Das Corona-Jahr 2021 war geprägt von massiven Reiseeinschränkungen. Die wirtschaftliche Aktivität in Österreich ging stark zurück, was sich letztlich auch in einem starken, überproportionalen Rückgang von Geschäftsreisen niederschlug. Die Reisebranche gehört zu den Wirtschaftssektoren, die besonders hart von der Krise getroffen wurden. Eine Krise dieses Ausmaßes gab es vorher noch nie.



	2019	2021	Veränderung
Zahl der Geschäftsreisen	8,1 Millionen	4,7 Millionen	- 3,4 Millionen Reisen
Kosten für Geschäftsreisen	3,44 Milliarden Euro	1,68 Milliarden Euro	- 1,76 Milliarden Euro
Reisetage	19,9 Millionen	12,6 Millionen	- 7,3 Millionen Tage
Kosten pro Tag	173 Euro	133 Euro	- 40 Euro / Tag
Dauer pro Reise	2,5 Tage	2,65 Tage	+ 0,15 Tage

Markttrends

Reiseintensität auf historischem Tiefstand

Die Kennziffer „Reiseintensität“ misst den Anteil der Personen ab 15 Jahren, die mindestens eine Geschäftsreise mit Übernachtung pro Jahr unternehmen. Gegenüber dem letzten Normaljahr 2019 hat sich die Zahl der Reisenden fast halbiert. Im Jahr 2020 betrug der Rückgang 47,4 Prozent. Im Berichtsjahr 2021 hat sich die Zahl der Reisenden leicht auf 886.000 erhöht. Aber das entspricht immer noch einem Rückgang von 39,1 Prozent. Die Geschäftsreiseintensität betrug nur noch 11,7 Prozent.

Der große Corona-Einbruch ab 2020

Jahr	Bevölkerung in 1.000 über 15 Jahre	Geschäftsreisende in 1.000	Reiseintensität in Prozent
2014	7.214	1.344.4	18,6%
2015	7.304	1.308	17,9%
2016	7.373	1.340	18,2%
2017	7.398	1.270	17,2%
2018	7.431	1.338	18,0%
2019	7.476	1.456	19,5%
2020	7.515	767	10,2%
2021	7.567	886	11,7%

*Tabelle 2: Entwicklung der Geschäftsreiseintensität
Q: Statistik Austria, Reiseverhalten*

In der Krise längere Reisen

Insgesamt waren die Österreicher knapp 12,6 Millionen Tage geschäftlich unterwegs. Die Gruppe, die mehrtägige Reisen unternommen hat, hat dafür 10 Millionen Reisetage aufgewendet. Eintägige Reisen schlagen mit 2,6 Millionen Tage zu Buche.

Die insgesamt 4,7 Millionen Reisen dauerten im Schnitt 2,65 Tage. Die durchschnittliche Reisedauer hat sich gegenüber dem Vorjahr kräftig erhöht. Geschäftsreisende reisten seltener, aber länger.

Zahl der Reisen fast halbiert

Dauer	Reisen im Jahr 2019	Reisen im Jahr 2021	Veränderung in Prozent
Eintägige Reisen	4.440.000	2.608.000	-41,3%
Mehrtägige Reisen	3.630.000	2.135.000	-41,2%
Reisen insgesamt	8.070.000	4.742.000	-41,2%
Reisetage eintägig	4.440.000	2.608.000	-41,3%
Reisetage mehrtägig	15.410.000	9.970.900	-35,3%
Reisetage insgesamt	19.850.000	12.578.900	-36,6%
Ø Dauer	2,46 Tage	2,65 Tage	+ 7.7 %

Tabelle 3: Reisevolumen insgesamt

Q: Statistik Austria, Reiseverhalten und eigene Annahmen

Inland verliert weniger stark als Ausland

Geschäftsreisen sind insgesamt um mehr als 40 Prozent zurückgegangen. Unterscheidet man allerdings zwischen Inlands- und Auslandsreisen, so ist festzustellen, dass der Rückgang der Auslandsreisen mit knapp 48 Prozent stärker ausgefallen ist als bei Inlandsreisen, deren Volumen „nur“ um 35 Prozent gesunken ist.

Auslandsreisen stärker von der Pandemie betroffen

	Reisen 2019	Reisen 2021	Entwicklung in Prozent
Inland	1.805.000	1.181.000	-34,60%
Ausland	1.825.000	954.000	-47,70%
Insgesamt	3.630.000	2.135.000	-41,20%

*Tabelle 4: Entwicklung der mehrtägigen Inlands- und Auslandsreisen
Q: Statistik Austria, Urlaubs- und Geschäftsreisen*

Im Jahr 2021 lag die Dauer mehrtägiger Reisen insgesamt bei durchschnittlich 3,7 Nächten. Die Dauer der Inlandsreisen ist von 2,3 (2019) auf jetzt 2,5 gestiegen.

Signifikant weniger Reisen, aber leicht längere Aufenthaltsdauer

	Nächtigungen 2019	Nächtigungen 2021	Entwicklung in Prozent	Ø Aufenthaltsdauer/Nächte
Inland	4.226.000	2.966.000	-29,80%	2,5
Ausland	7.554.000	4.871.000	-35,50%	5,1
Insgesamt	11.780.000	7.837.000	-33,60%	3,7

*Tabelle 5: Nchtigungen im In- und Ausland
Q: Statistik Austria, Reiseverhalten*

Kostenentwicklung

Kosten sinken um mehr als 50 Prozent

Die folgende Tabelle vergleicht die Reisekosten im Vor-Corona-Jahr 2019 mit dem Krisenjahr 2021 und verdeutlicht damit den tiefen Einbruch, den die Geschäftsreise in der Krise erlebte. Wenig verwunderlich, dass in Lock-Down-Zeiten die Mobilitätskosten am stärksten eingebrochen sind. Vor großen wirtschaftlichen Herausforderungen standen auch die Travel Management Companies, deren hoher Arbeitsaufwand mit Umbuchungen und Erstattungen nur zu einem geringen Teil durch Servicegebühren gedeckt waren.

Kosten für Mobilität um fast 60 Prozent gesunken

Kostenart	2019 Kosten in Euro	2021 Kosten in Euro	Entwicklung in Prozent
Mobilität	1.942.522.000	788.946.000	-59,4%
Unterkunft/Nächte	953.623.500	561.567.000	-41,1%
Reisetage/Pauschalen	496.250.000	314.475.000	-36,6%
Reisebüro-Service-Gebühren	45.000.000	14.000.000	-68,9%
Insgesamt	3.437.395.500	1.678.988.000	-51,1%

Tabelle 6: Kostenentwicklung insgesamt
Q.: AUP

Mobilität

Airlines: Am härtesten von der Krise getroffen

Die Lockdowns und Reiseeinschränkungen haben bei den Fluggesellschaften 2021 tiefe Spuren hinterlassen. Die Zahl der geschäftlich veranlassten Flugreisen sank um 63 Prozent. Hinzu kam ein Verfall der durchschnittlichen Ticketpreise. Aus Sicht der Unternehmen vielleicht ein angenehmer Nebeneffekt, doch die negativen gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen waren enorm. Allein die Aufwendungen für Flugtickets sanken im Vergleich zu 2019 um rund 1 Milliarde Euro. Die Konsolidierung im Airline-Markt, konkret der Rückzug von Low-Cost-Carriern am Airport Wien, führte dazu, dass

- a) die Ticketpreise zu europäischen Destinationen – entgegen dem Trend – nicht sanken und
- b) marktstarke Airlines höhere Ticketpreise im Interkont-Verkehr durchsetzen konnten.

Sinkende Nachfrage, sinkende Durchschnittserlöse

	2019	2021	Veränderung in Prozent
Zahl der Flugreisen	2.234.000	827.400	-63,0%
Durchschnittskosten/Ticket	665 EUR	573 EUR	-13,8%
Ticketkosten insgesamt	1.485.610.000 EUR	474.100.000 EUR	-68,1%
Durchschnittskosten pro Ticket für Europa-Flüge	388 EUR	388 EUR	unverändert
Durchschnittskosten pro Ticket für Interkont-Flüge	1.330 EUR	1.440 EUR	-8,3%

Tabelle 7: Kosten für Flugtickets

Q.: Stat. Austria, Urlaubs- und Geschäftsreisen; AUP

Fahrten mit dem Auto

Die Zahl der geschäftlich bedingten Autofahrten ist der während der Krise weitaus weniger stark gesunken als beispielsweise die Zahl der Flugreisen. Die Zahl der Flugreisen verminderte sich um 63 Prozent, die der Autofahrten nur 23 Prozent. Die Gesamtkosten für geschäftlich bedingte Autofahrten betrug rund 230 Mio. Euro. Innerhalb des Sektors kam es nach Aussagen der von uns befragten Branchenexperten zu keinen nennenswerten Verschiebungen, da die mangelnde Verfügbarkeit von Neufahrzeugen alle drei Nutzungsarten betraf. Auch die durchschnittlichen Kosten pro Fahrt von 90 Euro haben wir unverändert gelassen.

Firmenautos behaupten ihre Stellung

Fahrten mit dem Auto	Zahl der Reisen mit dem Auto	Kosten in EUR	Anteil in Prozent
Firmenwagen	1.854.550	166.909.000	72,5%
Privat-Pkw	384.000	34.560.000	15,0%
Mietwagen	319.750	28.777.000	12,5%
Insgesamt	2.558.000	230.220.000	100,0%

Tabelle 8: Volumen und Kosten von geschäftlichen Autofahrten 2021

Q.: AUP

Zusammenfassung: Genutzte Verkehrsmittel

Airlines litten unter der Corona-Krise überproportional. Österreichische Geschäftsreisende unternahmen im Jahr 2021 63 Prozent weniger Flugreisen verglichen mit 2019. Nur noch 17 Prozent erreichten ihr Ziel mit dem Flugzeug; 2019 betrug dieser Anteil noch knapp 28 Prozent. In einer Zeit, in der Distanz eingefordert wurde, stiegen offensichtlich viele Geschäftsreisende wieder auf das Auto um. Der Anteil von Autofahrten stieg von 41 Prozent (2019) auf knapp 54 Prozent. Die Bahn konnte von der Krise nicht profitieren: Der Rückgang der Bahnreisen betrug 39 Prozent.

In der Krise wird das Auto als Verkehrsmittel wieder stärker verwendet

TRANSPORTMITTEL	2019 Reisen	2021 Reisen	Veränderung in Prozent	Anteil 2021 in Prozent
Flug	2.234.000	827.400	-63,00%	17,40%
Auto	3.343.000	2.558.200	-23,40%	53,90%
Bahn	614.000	373.000	-39,40%	7,80%
Sonstige	1.875.000	985.000	-47,50%	20,80%
Insgesamt	8.066.000	4.743.000	-41,20%	100,00%

Tabelle 9: Verwendete Verkehrsmittel bei Geschäftsreisen im Jahr 2021

Quelle: Statistik Austria: Reiseverhalten und AUP

Die gesamten Mobilitätskosten für Geschäftsreisen sind im Krisenjahr um mehr als 1 Milliarde Euro gesunken. Sie betragen nur noch rund knapp 800 Millionen Euro. Da die Zahl der Flugreisen stärker als die anderen Reisearten abgenommen hat, sind auch die Kosten für Flugtickets drastisch um knapp 70 Prozent gesunken.

1,1 Milliarden Euro weniger für Tickets & Co.

TRANSPORTMITTEL	Kosten in EUR 2019	Kosten in EUR 2021	Veränderung in Prozent
Flug	1.485.610.000	474.100.000	68,1%
Auto	300.870.000	230.220.000	23,5%
Bahn & Bus & Sonstige	156.042.000	84.626.000	45,8%
Insgesamt	1.942.522.000	788.946.000	59,4%

Tabelle 9: Mobilitätskosten insgesamt
Q.: AUP

Übernachtungen

Hotelübernachtungen stark rückläufig

Von den insgesamt knapp 7,8 Millionen Nächtigungen entfallen knapp 5 Millionen auf Hotels. Das sind rund 37 Prozent weniger als 2019. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 2,7 Nächte. Das ist eine leichte Erhöhung gegenüber 2019 (2,6). Weniger Reisen, weniger Übernachtungen, aber längere Aufenthaltsdauer.

Interessanterweise gibt es auch in der Krise Unterkunftsarten, deren Bedeutung gewachsen ist: Privatunterkünfte vom Typ Airbnb, also bezahlte Privatunterkünfte, sind auch für Geschäftsreisende zu einer Hotel-Alternative geworden: Dieses Segment schrumpfte im Jahr 2021 nur um knapp 18 Prozent – bei einem gesamten Rückgang der Übernachtungen um 33,5 Prozent.

Privatunterkünfte sind Krisengewinner

	Nächte im Jahr 2019	Nächte im Jahr 2021	Entwicklung in Prozent
Hotels	7.949.000	4.975.000	-37,4%
Privat/Sonstige/Gratis[1]	2.675.000	1.911.000	-28,6%
Privat bezahlt	1.155.000	951.000	-17,7%
Insgesamt	11.780.000	7.837.000	-33,5%

*Tabelle 10: Übernachtungen nach Unterkunftsart
Q: Statistik Austria, Reiseverhalten*

Ausgaben für Hotels: Minus 344 Millionen Euro

Hotels wurden von der Corona-Krise gleich doppelt getroffen: Die Zahl der Hotelübernachtungen von Geschäftsreisenden ist um 37,4 Prozent gesunken. Gleichzeitig hat sich der durchschnittliche Zimmerpreis von 107,92 auf 105,32 EUR vermindert. In absoluten Zahlen entspricht dies einem Umsatzrückgang von 344 Millionen Euro.

Sinkende Durchschnittserträge bei Hotels

	Nächte	Kosten pro Nacht/EUR	Wert/EUR
Hotels	4.975.000	105,32[1]	514.017.000
Privat/Sonstige/Gratis[2]	1.911.000		
Privat bezahlt	951.000	50,00	47.550.000
Insgesamt	7.837.000		561.567.000

Tabelle 11: Ausgaben für Übernachtungen

Q.: STR Report und eigene Annahmen

Service-Gebühren

Reisebüros doppelt getroffen

Travel Management Companies (TMC), wie die auf Geschäftsreisen spezialisierten Reisebüros auch genannt werden, standen in der Corona-Krise nicht nur vor der Herausforderung, die wenigen Neubuchungen unter schwierigen Bedingungen abzuwickeln, sondern vor allem ihre Bestandskunden hinsichtlich Umbuchungen, Stornierungen und Erstattungen zu unterstützen. Zusätzlich wurden die TMCs von dem schon seit Jahren anhaltenden Trend getroffen, dass vor allem die Mitarbeiter kleinerer Unternehmen vermehrt direkt bei Airlines, Hotels oder auf Online-Buchungsportalen buchen. Dieser Trend ist durch Corona verstärkt worden.

In der ABTA-Geschäftsreisestudie 2017¹ wurde der Reisebüro-Anteil an den geschäftlich verursachten Flugreisen noch auf 70 Prozent geschätzt. Die von der ABTA befragten TMC-Manager schätzen den Anteil für 2021 nur noch auf 45 Prozent. Die Einnahmen-Basis der TMCs hat sich folglich stark verschlechtert. Allerdings ist in der Krise auch die Bereitschaft der Unternehmen gewachsen, sich an den Basiskosten der Reisebüros stärker zu beteiligen, damit überhaupt Service-Leistungen erbracht werden können.

Bei einem ebenfalls geschätzten Anteil der Reisebüro-Service-Gebühren von ca. 6,5 Prozent vom Flugvolumen ergibt sich in Summe etwa 14 Millionen Euro, die Travel Management Companies für ihre Dienstleistungen im Jahr 2021 in Rechnung gestellt haben. Für 2015 wurde ein vergleichbarer Wert von 52 Millionen Euro geschätzt.

¹ ABTA, Der österreichische Geschäftsreisemarkt in Zahlen, siehe ABTA Website

Pauschalen für Verpflegungsaufwand

Unveränderte Annahmen

Geschäftsreisende erhalten in der Regel von ihren Unternehmen eine Pauschale zur Abdeckung des Verpflegungsaufwands während der Reise. Wir haben einen Durchschnittswert von 25 Euro pro Reisetag angenommen.

	Reisetage	Aufwand/Tag	Kosten/EUR
Verpflegungsaufwand	12.581.000	25 Euro	314.525.000

TEIL 2: CORONA-UPDATE 2022

Sprunghaftes Wachstum im zweiten und dritten Quartal 2022

Die Geschäftsreise kommt zurück. Starke Steigerungen sind in praktisch allen Segmenten festzustellen. Das Niveau von 2019 wird in den ersten drei Quartalen 2022 mit 2.672.000 Reisen praktisch erreicht. Gegenüber dem Vorjahr 2021 ergibt sich eine Steigerung um 81,2 Prozent.

Für die ersten drei Quartale 2022 registriert die Statistik Austria eine Steigerung um über 80 Prozent verglichen mit dem gleichen Vorjahreszeitraum 2021:

Zahl der Reisen Q 1-3/2019	Zahl der Reisen Q 1-3/2021	Zahl der Reisen Q 1-3/2022	Entwicklung 2021/22 in Prozent	Entwicklung 2019/22
2.684.000	1.475.000	2.672.000	+ 81,2 %	- 0,5 %

Tabelle 12: Geschäftsreisen in den Quartalen 1-3 2019 bis 2022

Q: Statistik Austria, Reiseverhalten

Die Dynamik der Quartalsentwicklung ist eindeutig:

1. Quartal 2021: minus 62,4 Prozent verglichen mit 2019
2. Quartal 2021: minus 50,9 Prozent verglichen mit 2019
3. Quartal 2021: minus 17,5 Prozent verglichen mit 2019
1. Quartal 2022: minus 35,3 Prozent verglichen mit 2019
2. Quartal 2022 plus 13,1 Prozent verglichen mit 2019
3. Quartal 2022: plus 23,0 Prozent verglichen mit 2019.

Einzelne Informationen aus dem Kreis des ABTA Unternehmenspools legen den Schluss nahe, dass die Dynamik auch im 4. Quartal 2022 angehalten hat.

Entwicklung der Flugticketpreise

Die nach der gleichen Methode wie in den Vorjahren erhobenen durchschnittlichen Ticketpreise² zeigen eindeutig die Geschäftsbelebung an.

	Ø Ticketkosten insgesamt	Ø Kosten für Europa-Flüge	Ø Kosten für Interkont-Flüge
1. Halbjahr 2022	679 EUR	426 EUR	1.711 EUR
2021 insg.	573 EUR	388 EUR	1.440 EUR
Veränderung in %	18,5%	9,8%	18,8%

Tabelle 13: Entwicklung der Flugticketpreise im ersten Halbjahr 2022

Quelle: AUP

Diese Steigerung der Durchschnittswerte muss nicht unbedingt auf Preiserhöhungen beruhen. Theoretisch kann auch eine veränderte Nachfragestruktur zu der Erhöhung beigetragen haben.

² Gewichtete Durchschnittswerte der vier führenden Travel Management Companies in Österreich, die ca. 80 % des Marktes für gemanagte Geschäftsreisen abdecken.

Inflation und Rezession bremsen den Aufschwung

Im Herbst 2022 verschlechterten sich die Wirtschaftsprognosen. Der Verbraucherpreisindex werde zum Jahresende an der Marke von 10 Prozent kratzen. Obwohl keine verlässlichen Zahlen zu spezifischen Preisentwicklungen im Reisesektor vorliegen, lassen doch einzelne Informationen aus dem Kreis des ABTA Unternehmenspools sowie Pressemeldungen darauf schließen, dass Preiserhöhungen für Flugtickets, Mietwagen und Hotelübernachtungen deutlich über 10 Prozent liegen. Preiserhöhungen in dieser Größenordnung werden fast automatisch zu einer geringeren Nachfrage führen.

Allerdings deuten aktuelle Konjunkturindikatoren an, dass die Wirtschaft am Beginn einer nur sanften Rezession steht. Eine Rezession ist dadurch gekennzeichnet, dass die Wirtschaftsleistung, ausgedrückt durch das Brutto-Inlandsprodukt, in zwei Quartalen hintereinander sinkt. Die klassischen Merkmale einer Rezession sind beispielsweise

- Nachfragerückgang
- Volle Lager
- Zunehmende Arbeitslosigkeit
- Hohe Zahl von Insolvenzen
- Sinkende Preise

Für Österreich erwartet das Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) eine Abschwungphase im zweiten Halbjahr 2022, die kräftig ausfallen werde. Für 2023 wird nur noch ein Wirtschaftswachstum von 0,2 Prozent prognostiziert.³ Allerdings stellen die Wiener Konjunkturforscher zum Jahresende 2022 eine Aufhellung der Stimmung fest.⁴

Dagegen gehen deutsche Konjunkturforscher im Jahr 2023 von einer Schrumpfung der Wirtschaft um 0,4 Prozent und einem Wachstum von 1,9 Prozent im Jahr 2024 aus. Als Inflationsrate werden für 2023 8,8 Prozent vorhergesagt. Zu einem nennenswerten Abbau von Arbeitsplätzen wird es aber voraussichtlich nicht kommen – immer vorausgesetzt, dass keine Gas-Mangellage eintritt.⁵ Zusammenfassend konstatiert der Bundesverband der deutschen Industrie: „Die Angst vor einer tiefen Wirtschaftskrise schwindet.“⁶

Im Geschäftsreisesektor gibt es ohnehin einen gegenläufigen Trend: Auch im dritten Quartal 2022 spüren Reisebüros und Leistungsträger einen „Nachholeffekt“: Nach den Corona-Jahren hat sich ein großer Bedarf an physischen Meetings aufgestaut (siehe auch Teil 3, Unternehmen: Positive Trends überwiegen), der sich nur langsam abbaut.

³ Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO), Prognose für 2022 und 2023, 7.10.2022

⁴https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=70477&mime_type=application/pdf

⁵ Energiepreise ziehen der Wirtschaft die Beine weg, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 30.9.2022

⁶ FAZ, 28. 12.2022

TEIL 3:

HERAUSFORDERUNGEN 2023

Business-Travel-Experten erwarten neue Belastungen

Inflation und die geopolitischen Unsicherheiten sind die beherrschenden Themen im Herbst 2022. Praktisch alle von der ABTA befragten Experten berichten von hohen Kostenbelastungen. Sehr unterschiedlich sind aber ihre Möglichkeiten, Kostensteigerungen in Form von höheren Preisen an ihre Kunden weiterzugeben.

Das folgende „Stimmungsbild“ ist das Ergebnis einer Expertenbefragung sowie einer Auswertung aktueller Unternehmensveröffentlichungen. Die darin getroffenen Aussagen sind nicht als Meinungsäußerung des ABTA-Vorstandes zu verstehen.

Airlines: Bessere Aussichten

Europaweit kämpften die Fluggesellschaften im Sommer 2022 mit internen Schwierigkeiten, die ihnen negative Schlagzeilen bescherten. Wirtschaftlich gesehen hatten diese organisatorischen Probleme aber nur einen geringen Einfluss auf die Geschäftsentwicklung. Den Airlines ist es mehrheitlich gelungen, ihr Angebot effizient zu steuern und damit ihre Profitabilität zu verbessern. Hinzu kam ein Rückzug von Low-Cost-Carriern, der den Netzwerk-Airlines erlaubte, höhere Ticketpreise durchzusetzen.⁷

Der Lufthansa-Gruppe konnte eine Tarifeinigung mit Piloten, Boden- und Kabinenpersonal erzielen. Die Personalkosten werden dadurch in den nächsten Jahren kräftig steigen. Diese negative Entwicklung wird aber überkompensiert durch (aktuell) sinkende Kerosinpreise und deutlich höhere Ticketerlöse. Die starke Nachfrage, vor allem aus Nordamerika und Indien, verbunden mit einem eingeschränkten Angebot, treibt die Ticketpreise in die Höhe. Von Januar bis September 2022 stiegen die Ticketpreise um durchschnittlich 23 Prozent.⁸ Lufthansa profitiert auch von dem neuen Großaktionär Kühne, der vom Kapitalmarkt als stabilisierend eingeschätzt wird.⁹

Der erwartete Konjunkturabschwung wird voraussichtlich die Kerosinpreise sinken lassen und den Personalkostendruck mindern. Auf globaler Ebene wirkt sich der Zinsanstieg belastend aus, da sich viele Airlines in der Krise stark verschuldet haben.

Ausblick: Die positiven Einflussfaktoren überwiegen. Eine kluge Kapazitätssteuerung in Verbindung mit einem Nachholbedarf seitens der Kunden wird die Profitabilität der Airlines weiter verbessern. Diese Entwicklung ist auch schon im dritten Quartal 2022 ablesbar.¹⁰ Auch für 2023 rechnet die Lufthansa mit weiter steigenden Gewinnen.¹¹ Eine Rezession erwartet der Vorstand nicht.¹²

⁷ Handelsblatt, Rückzug der Billigairlines, 4. Oktober 2022

⁸ Manager Magazin, Februar 2023

⁹ Lufthansa und Piloten wenden Streik ab, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 7. September 2022

¹⁰ [https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/lufthansa-prognose-gewinn-101.html#:~:text=Von%20Juli%20bis%20Ende%20September,\(16%2C8%20Milliarden\) und](https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/lufthansa-prognose-gewinn-101.html#:~:text=Von%20Juli%20bis%20Ende%20September,(16%2C8%20Milliarden) und)
<https://www.airliners.de/united-airlines-hoehere-umsatz-corona-krise/66570>

¹¹ <https://www.finanzen.net/nachricht/aktien/lufthansa-erwartet-hohe-nachfrage-im-winter-11837946>

¹² <https://www.fvw.de/businesstravel/travelmanagement/geschaeftsreise-tagung-lufthansa-ohne-angst-vor-rezession->

Hotels: Harte Anstrengungen nach innen und außen

Hotels befinden sich in einer „Sandwich-Position“: Sie sind einerseits mit großen Kostensteigerungen konfrontiert und müssen andererseits im Wettbewerb um Kunden selbst deutlich höhere Übernachtungspreise durchsetzen.

Auf der Kostenseite steigen vor allem die Personalkosten stark an, neue Mitarbeiter erwarten signifikant höhere Gehälter und freiwillige Zusatzleistungen. Bei der traditionell hohen Mitarbeiterfluktuation im Gastronomie- und Hotelgewerbe wirkt sich dieser Effekt schon kurzfristig belastend aus. Auch die höheren Energiekosten gehören zu den Belastungsfaktoren. Der deutsche Branchenverband DEHOGA rechnet damit, dass Hotels im Jahr 2023 96 Prozent mehr für Energie als im Vorjahr zahlen müssen.¹³ Da vor allem Hotelketten manche Tätigkeiten wie Housekeeping und Wäsche outgesourct haben und diese Dienstleister ihre Kostensteigerungen ebenfalls weitergeben, rollt auf die Hotels eine wahre Kostenlawine zu. Anders als Airlines und Mietwagenunternehmen hat der Hotelsektor sein Angebot nicht verknappert. Dementsprechend ist es ein mühsamer Prozess, höhere Preise durchzusetzen. Aber offensichtlich sind die Hotels auf gutem Weg, die Verluste der Corona-Jahre wett zu machen. Nach Informationen des Buchungsportals Idealo ist der durchschnittliche Zimmerpreis für den Reisemonat Dezember 2022 um 39 Prozent gestiegen verglichen mit Dezember 2019.¹⁴

Der Global Business Travel Forecast erwartet für das Gesamtjahr 2022 einen Preisanstieg von 13 Prozent und für 2023 von weiteren 10 Prozent. Vor allem Hotels im Vier- und Fünf-Stern-Bereich können nach dieser Prognose bessere Belegungsraten und steigende Zimmerpreise erwarten.¹⁵ Die Auslastung der Hotels, entscheidend für die Rentabilität, ist aus Sicht der Hotels insgesamt noch unbefriedigend. Die Gäste kommen zurück, aber ihre Zahl bleibt deutlich unter dem Niveau von 2019.

Autovermieter: Hohe Nachfrage trifft auf knappes Angebot

Autovermieter haben wie die Fluggesellschaften davon profitiert, dass die Anfang 2022 sprunghaft gestiegene Nachfrage auf ein vermindertes Angebot stieß. Für Mietwagen in Deutschland ermittelte das deutsche Statistische Bundesamt einen Preisanstieg von 48,7 Prozent im Mai 2022. Als Ursache wird eine strukturelle Mietwagenknappheit angesehen: Die Anbieter erhalten weniger Autos als gewünscht, weil die Autohersteller wegen des Chip-Mangels weniger Fahrzeuge ausliefern.¹⁶

Die börsennotierte Sixt AG konnte ihren Umsatz in den ersten drei Quartalen 2022 um 42,4 Prozent ausweiten. Das Plus beim Betriebsergebnis (EBITDA) betrug 59,5 Prozent. Die Fahrzeugflotte konnte mittlerweile um 13 Prozent vergrößert werden.¹⁷ Die Unternehmensergebnisse profitierten auch von guten Resultaten beim Verkauf der Gebrauchtwagen. Die Durchschnittspreise sind von Januar bis Dezember 2022 um 12 Prozent gestiegen.¹⁸

¹³ Lindner Hotels verbünden sich mit Hyatt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 7.10.2022

¹⁴ Statista.com, 27.07.2022

¹⁵ Businessstraveller.de, Hotelpreise ziehen 2022 deutlich an, 18.11.2021

¹⁶ SPIEGEL, Mietwagenpreise steigen um fast 50 Prozent, 21. Juni 2022

¹⁷ Sixt AG, Press Release 9. November 2022

¹⁸ AutoScout24, Dezember 2022

Die Geschäftsaussichten für Mietwagenunternehmen sind allerdings gedämpft. Mit Unternehmen haben Mietwagenunternehmen oft mehrjährige Verträge, die keine kurzfristigen Preiserhöhungen erlauben. Neue Verträge werden nur noch mit einer Preisanpassungsklausel geschlossen.

Travel Management Companies: Holpriger Start

Wie die Zahlen des Geschäftsreisereports ausweisen, wurden die Travel Management Companies (auf Business Travel fokussierte Reisebüros) von der Corona-Krise besonders hart getroffen, ähnlich hart wie Airlines. Von der Wiederbelebung des Reisemarktes vor allem im zweiten Quartal 2022 haben sie allerdings auch besonders profitiert. Das Geschäftsvolumen im Jahr 2019 haben sie noch nicht erreicht.

Im Herbst 2022 und im Jahr 2023 stehen Probleme an, die das Management der TMC vor große Herausforderungen stellen.

Personalkosten: Neueinstellungen werden teuer

Reisebüros haben in den Krisenjahren Mitarbeiter an andere Branchen verloren. Das ist nicht ungewöhnlich, doch jetzt wieder die Lücken zu schließen, stellt das Management vor Probleme. Bei neuen Bewerbungen herrsche, so ein Interviewpartner, eine Art „Goldgräberstimmung“: Gehaltsforderungen sind hoch und zusätzlich werden auch wieder „fringe benefits“ angesprochen, also Sachzuwendungen. Generell gilt - nicht nur in der Reisebranche: Arbeitgeber müssen „Employer Branding“ betreiben, also für sich als Arbeitgeber werben. Reiseunternehmen sehen sich in der jetzigen Situation zusätzlich in einer ungewohnten Wettbewerbssituation: Im öffentlichen Dienst wurden in der Krise Löhne und Gehälter kräftig erhöht und mit Steuern, bzw. Neuverschuldung finanziert¹⁹. Reiseunternehmen geraten dadurch in Zugzwang: Bewerber erwarten „wettbewerbsfähige“ Gehälter, die aber nur in seltenen Fällen durch höhere Erträge aufgefangen werden können. Allerdings betonen TMC-Manager im ABTA-Interview, dass die „Goldgräberstimmung bei Bewerbungen“ nicht von Dauer sein werde.

Tendenz: Die Einnahmen für TMCs verbessern sich

Von der Corona-Krise waren unterschiedslos alle TMCs betroffen. Die Motivation einzelner TMCs, durch niedrige Service-Fees Marktanteile gewinnen zu wollen, ist gesunken. Daher steigen tendenziell die Service-Fees und die Erlösbasis der TMCs wird sich verbessern. Diese Tendenz gilt für das sogenannte „Offline-Geschäft“ – damit ist die persönliche Betreuung der Geschäftskunden gemeint. Im „Online-Geschäft“ – dem Self-Service über Buchungsportale (Self Service) stehen die TMCs im Wettbewerb mit Airlines und anderen Leistungsanbietern. Hier erwarten die ABTA-Experten weiterhin einen starken Druck auf die Buchungsgebühren, weil Fluggesellschaften und andere Anbieter erklärtermaßen diesen Buchungskanal offensiv ausbauen wollen.

Gestiegener Arbeitsaufwand wird nur unzureichend kompensiert

Die Unregelmäßigkeiten im Flugverkehr haben zu einem vermehrten Planungs- und Umbuchungsaufwand bei den TMC geführt. Von den Airlines wurde bislang dieser von ihnen verursachte Aufwand nicht dauerhaft und regelbasierend kompensiert. Lufthansa hat sich als Zeichen des guten Willens bereit erklärt, einen Marketing-Bonus von 10 Euro pro Umbuchung an IATA-

¹⁹ Als Beispiel: <https://www.burgenland.at/politik/landesregierung/beschaeftigung-arbeitsmarkt-und-wirtschaft/>

Agenten zu zahlen.²⁰ Sowohl die Höhe als auch die Beschränkung auf IATA-Reisebüros wurde von Branchenvertretern umgehend kritisiert.

Neue Kunden durch erhöhte Komplexität?

In der stressigen Zeit der ersten beiden Corona-Wellen war es für Unternehmen, die ihre Reisen selbst über Buchungsportale organisiert haben, eine schmerzhaft Erfahrung, dass Call-Center der Airlines nicht erreichbar waren, Erstattungen nur mit monatelanger Verzögerung erfolgten und keine IT-Tools zur Abwicklung von Problemfällen zur Verfügung standen. TMCs sehen bei diesen Kunden eine Chance, sie als Offline-Kunden mit persönlicher Unterstützung zu gewinnen.

Nachholbedarf bei Reisen

Die zwei Corona-Jahre haben bei vielen Geschäftsreisenden zu einer sogenannten „Zoom-Fatigue“ geführt. Damit ist der Überdruß gemeint, der sich nach vielen ermüdenden Online-Meetings eingestellt hat. Während interne Meetings wohl dauerhaft online stattfinden werden, möchten Reisende wieder persönlich mit Kunden und Kooperationspartnern zusammentreffen. Von diesem Nachhol-Effekt werden die TMCs nach Einschätzung der ABTA-Experten auch im Jahr 2023 profitieren.

Controller haben Reisekosten wieder auf dem Radar

Das zunehmende Reisevolumen hat selbstverständlich Auswirkungen auf die Reisekosten der Unternehmen. Vor allem die unkontrollierten Buchungen außerhalb der Reiserichtlinien, die die Reisenden selbst vornehmen, können sich zu einem Kostenrisiko entwickeln. Das Controlling der Unternehmen wird deshalb dem Thema Reisekosten wieder mehr Aufmerksamkeit widmen. Ausblick: Trotz einiger Belastungsfaktoren sind die TMCs vorsichtig optimistisch

Unternehmen: Positive Trends überwiegen

Inflation und Rezessionserwartungen machen den österreichischen Unternehmen in sehr unterschiedlichem Maße zu schaffen. Neben Branchen, in denen es „rund“ läuft (Energie, Logistik, Consulting), gibt es Branchen, die große Verwerfungen erwarten: Zinsanstieg, gestörte Lieferketten, steigende Energiepreise – ein gefährlicher Mix. Eine einheitliche Aussage über die Entwicklung der Reiseaktivitäten im Jahr 2023 kann daher nicht getroffen werden.

Positive Trends

1. Es gibt nach wie vor einen großen Nachholbedarf an Geschäftsreisen, weil erfahrungsgemäß persönliche Meetings mit Kunden und Kooperationspartnern erfolgreicher sind als Online-Meetings.
2. Es wird erwartet, dass sich weitere große Verkehrsgebiete beispielsweise in Asien für Geschäftsreisen öffnen werden.

Ausblick: In einem vermutlich realistischen Szenario wird im Jahr 2023 die Zahl der Geschäftsreisen zwar steigen, aber deutlich geringer wachsen als 2022. Wachstumsfördernde Faktoren werden leicht

²⁰ Lufthansa zahlt Marketing-Bonus, fvw, 30. August 2022

überwiegen, doch die Bremswirkungen, die von einer stagnierenden Wirtschaft ausgehen und der Kostendruck werden deutlich spürbar sein.

Beginn einer Transformation

Die Erwartungshaltung des Senior Managements heißt in vielen Unternehmen: „Weniger reisen.“ Begründet werden die Einschränkungen mit „Klimaschutz“ und „Nachhaltigkeit“. Diese Werte sind in Gesellschaft und Wirtschaft allgemein akzeptiert. Wie diese großen Themen im Unternehmensalltag umgesetzt werden, ist allerdings noch weitgehend unklar. Eines scheint jedoch sicher: Die zunehmende Berücksichtigung von Klimaschutz-Aspekten kann auch zu höheren Preisen für Flugtickets, Bahntickets und Hotelübernachtungen führen. Es gibt bereits Unternehmen, die diese Entwicklung akzeptieren und für die der Grundsatz gilt: „Nachhaltigkeit vor Wirtschaftlichkeit“. Erschwert wird diese Entwicklung aber durch fehlende Standards bei der Ermittlung/Messung klimaschädlicher Reiseaktivitäten: Was nicht gemessen werden kann, kann auch nicht gemanagt werden. Hier wartet die Branche auf eine europaweite Verständigung über Key Performance Indicators (KPI).

Digitalisierung mit neuem Schub

Digitalisierung des Travel Managements ist ein seit vielen Jahren bekannter Trend. Während jedoch bisher Buchungs- und Abrechnungsprozesse im Mittelpunkt standen, hat die Corona-Krise den Fokus verschoben. Jetzt geht es um Apps, die den Reisenden selbst unterstützen – bei der Reiseplanung, während der Reise und bei der Abrechnung. Viele Unternehmen achten nun auch vermehrt auf "traveler wellbeing" während und nach Geschäftsreisen. Hier nur einige Beispiele:

- verstärkte Nutzung von Messenger Diensten
- Wegweiser durch Flughäfen und Bahnhöfen
- Gepäck-Tracking
- Hinweise auf klimaschonende Verkehrsmittel am Zielort
- unbare Zahlungsmittel und beleglose Reisekosten-Abrechnung

Funktionen dieser Art werden bereits in großer Zahl angeboten. Was fehlt, ist ein kundenzentriertes, gebündeltes Angebot unterstützender Funktionen.

Travel IT Anbieter: Abhängig von der Entwicklung der Flugbuchungen

Über die Systeme der Travel-IT-Anbieter werden Milliarden von Reisetransaktionen abgewickelt. Sie spiegeln die Reisekonjunktur, was sich auch am Zahlenwerk der börsennotierten Unternehmen ablesen lässt. Das Business-Modell der meisten Anbieter ist transaktionsorientiert: Ihre Einnahmen entwickeln sich entsprechend der Reisenachfrage, während ihre Kosten nur geringe Schwankungsbreiten aufweisen. Im Umkehrschluss gilt: Höhere Kosten können sie im Regelfall nicht an Kunden überwälzen.

Auf *nationaler* Ebene sind diese Unternehmen vor allem mit zwei Kostenfaktoren konfrontiert: Personal- und Reisekosten. Energiekosten spielen nur eine geringe Rolle. Mitarbeiter mit IT-Kenntnissen sind allgemein gefragt am Markt, daher rechnen die Unternehmen mit kräftig steigenden Personalkosten. Reisekosten machen zwar nur einen geringen Anteil an den nationalen Gesamtkosten aus, steigen aber besonders kräftig.

Ausblick: Die anstehende wirtschaftliche Stagnation wird die Nachfrage vor allem nach Flugreisen und damit das erwartete Buchungswachstum dämpfen. Der Kostendruck auf die Travel-IT-Anbieter wird zunehmen.

Konzept:

Datenerfassung und Analyse

Kooperation zwischen Statistik Austria und ABTA

Im österreichischen Reisemarkt fehlte bisher eine qualifizierte Abschätzung des Geschäftsreise-Volumens und der damit verbundenen Kosten. Dieser Mangel machte es für Unternehmen, die in diesem Sektor tätig sind, nahezu unmöglich, ihre eigene Position und ihre Marktanteile zu bestimmen.

Die Austrian Business Travel Association (ABTA) sieht es als ihre Aufgabe an, Transparenz in dieses wichtige Marktsegment zu bringen.

Für die vorliegende Analyse wurden zwei Datenquellen miteinander verknüpft:

1. Die vierteljährliche Erhebung „Urlaubs- und Geschäftsreisen“, die von der Statistik Austria regelmäßig durchgeführt wird. Die zur Verfügung gestellten Daten beziehen sich auf die Jahre 2019 und 2021, sowie Daten aus den Quartalen 1 – 2 2022.
2. Brancheninformationen, die uns von einem Pool befreundeter Unternehmen anonymisiert zur Verfügung gestellt wurden (ABTA Unternehmenspool AUP)

Statistik Austria erhebt durch telefonische Interviews überwiegend das Reisevolumen, z.B. die Zahl der Geschäftsreisen mit dem Auto, die Zahl der Hotelübernachtungen usw., aber auch die Reiseintensität. Zusätzlich erhalten wir aus einem Pool von Branchenunternehmen für nahezu alle Teilbereiche durchschnittliche Euro-Werte. Damit können wir sowohl den Markt quantitativ beschreiben, als auch die für Unternehmen anfallenden Kosten ausreichend genau abschätzen.

Zur Methode der Statistik Austria: Die Statistik Austria befragt telefonisch viermal im Jahr 3.500 repräsentativ ausgewählte, in Österreich wohnende Personen ab 15 Jahren, verteilt über Österreich. Die zu erhebenden Daten betreffen Urlaubs- und Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung. Das Erhebungsprogramm wurde der „EU-Verordnung zur Tourismusstatistik“ angepasst.

Die ermittelten Werte sind eine Momentaufnahme mit den aktuell verfügbaren Zahlen. Diese Werte verändern sich selbstverständlich im Lauf der Jahre. Die ABTA beabsichtigt daher, **unter Beibehaltung der Methode**, die Studie regelmäßig zu aktualisieren.

Die verwendete Methode hat aber auch Grenzen: Die rund 14.000 Personen werden telefonisch befragt (proportional geschichtete Stichprobenziehung aus dem zentralen Melderegister, Telefonnummern stammen aus dem öffentlichen Telefonbuch). Bei der zahlenmäßig kleinen Gruppe von Vielreisenden (mehr als 50 Reisen pro Jahr) ist allerdings zu vermuten, dass sie relativ selten von den Interviewern erreicht wird. Diese Gruppe ist daher vermutlich unterrepräsentiert. Die ermittelten Werte in diesem Report sind daher als Untergrenze zu werten.

ABTA Unternehmenspool: Um die Kosten der Geschäftsreisen insgesamt zu ermitteln, mussten die Volumenwerte verknüpft werden mit Angaben über die durchschnittlichen Kosten. Diese Werte und auch weitere Abschätzungen, wurden innerhalb eines Kreises von Unternehmen ermittelt und der ABTA für diese Studie zur Verfügung gestellt. Die Methoden für diese Durchschnittsermittlungen waren unterschiedlich.

- a) Für die durchschnittlichen Kosten pro Flugticket wurden rund 450.000 Tickets ausgewertet, die im Jahr 2021 von den beteiligten Travel Management Companies (auf Geschäftsreisen spezialisierte Reisebüros) ausgestellt wurden.
- b) Die Hotelkosten basieren auf einer regelmäßigen, europaweiten Analyse der veröffentlichten Zimmererlöse (ADR: Average Daily Rate).
- c) Die Durchschnittskosten pro Bahn- oder Autofahrt wurden von Experten aus Bahnunternehmen, Autovermietern und Unternehmen ermittelt.
- d) Die Höhe der Servicegebühren von Reisebüros wurde durch eine Umfrage unter den Travel Management Companies erhoben.
- e) Die Volumenwerte der Statistik Austria beziehen sich auf mehrtägige Reisen. Um die Gesamtzahl der Geschäftsreisen zu ermitteln, musste die Zahl der eintägigen Reisen abgeschätzt werden. Hier haben wir einen Mix aus großen und kleinen Unternehmen genommen. Der somit abgeschätzte Anteil von 55 % eintägigen Reisen an der Gesamtzahl von Reisen entspricht einem vergleichbaren Wert in Deutschland.

Insgesamt ist der Fokus der Studie auf Unternehmen ausgerichtet: Es soll die Frage beantwortet werden, welche Kosten den österreichischen Unternehmen für Geschäftsreisen entstehen.

Was sind Geschäftsreisen?

Bei der Definition der Geschäftsreisen gehen wir pragmatisch vor und betrachten jede betrieblich veranlasste Reise, die über eine Reisekostenabrechnung als Geschäftsreise abgewickelt wird. Im Unterschied dazu werden „Dienstgänge“ nicht berücksichtigt: Dienstgänge finden innerhalb des Dienstortes plus einem Radius von 12 Kilometern statt und beinhalten in der Regel keine Übernachtung.