

Presseinformation

Ausblick Geschäftsreisemarkt 2023 : ABTA-Experten bleiben überwiegend optimistisch

Die aufgehellte Stimmung in der österreichischen Wirtschaft sorgt auch im Markt für Geschäftsreisen für Entspannung. Die von der Austrian Business Travel Association (ABTA) befragten Branchenexperten erwarten überwiegend, dass die Zahl der Geschäftsreisen zwar weiter steigt, aber weniger stark als im Jahr 2022. Die ABTA hat zur Einschätzung der Branchenentwicklung sowohl Business-Travel-Experten befragt, als auch aktuelle Unternehmensveröffentlichungen ausgewertet.

Für die Airlines sind die Experten sehr positiv gestimmt: Eine kluge Kapazitätssteuerung in Verbindung mit einem Nachholbedarf seitens der Kunden werde die Profitabilität der Airlines weiter verbessern und den Flugbetrieb stabilisieren. Eine ähnliche Entwicklung wird auch für die Flughäfen vorausgesagt.

Bei den für Geschäftsreisen relevanten Hotels wird auf eine noch unbefriedigende Auslastung hingewiesen. „Die Gäste kommen zurück, aber ihre Zahl bleibt noch unter dem Niveau von 2019“, so der ABTA-Report. Vor allem Hotels im Vier- und Fünf-Stern-Bereich könnten 2023 bessere Belegungsraten und steigende Zimmerpreise erwarten.

Employer Branding gefragt

Autovermieter haben wie die Fluggesellschaften davon profitiert, dass die Anfang 2022 sprunghaft gestiegene Nachfrage auf ein vermindertes Angebot stieß. Die Anbieter erhalten weniger Autos als gewünscht, weil die Autohersteller wegen des Chip-Mangels weniger Fahrzeuge ausliefern.

Breiten Raum gibt die ABTA-Analyse den Travel Management Companies. Sie wurden von der Corona-Krise besonders hart getroffen, ähnlich hart wie Airlines. Neben dem Geschäftsrückgang kämpfen diese auf Geschäftsreisen fokussierten Reisebüros mit weiteren Herausforderungen. Sie haben in den Krisenjahren Mitarbeiter an andere Branchen verloren. Bei neuen Bewerbern herrsche, so ein Interviewpartner, eine Art „Goldgräberstimmung“: Gehaltsforderungen seien hoch und zusätzlich werden auch wieder „fringe benefits“ angesprochen, also Sachzuwendungen. Generell gelte: Arbeitgeber müssten „Employer Branding“ betreiben, also für sich als Arbeitgeber werben.

Die Unregelmäßigkeiten im Flugverkehr haben im letzten Jahr 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, beklagen die befragten Experten.

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 die Chance, speziell diesen Kundenkreis mit dem Angebot persönlicher Betreuung zu gewinnen.

Online-Müdigkeit

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.

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. In einem vermutlich realistischen Szenario werde im Jahr 2023 die Zahl der Geschäftsreisen zwar steigen, aber deutlich geringer wachsen als 2022. Wachstumsfördernde Faktoren werden leicht überwiegen, doch die Bremswirkungen, die von einer stagnierenden Wirtschaft ausgehen und der Kostendruck würden deutlich spürbar sein.

Klimaschutz und Reisekosten

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. Die zunehmende Berücksichtigung von Klimaschutz-Aspekten könne auch zu höheren Preisen für Flugtickets, Bahntickets und Hotelübernachtungen führen. Es gebe bereits Unternehmen, die diese Entwicklung akzeptieren und für die der Grundsatz gelte: „Nachhaltigkeit vor Wirtschaftlichkeit“.

Wohlfühl-Manager

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 gehe es um Apps, die den Reisenden selbst unterstützen – bei der Reiseplanung, während der Reise und bei der Abrechnung. ABTA-Präsident Roman Neumeister, im Hauptberuf Travel Officer bei der OSCE (Wien), prognostiziert einen neuen Trend „nach Corona“: „Viele Unternehmen achten nun auch vermehrt auf "traveler wellbeing" während und nach Geschäftsreisen“.

Der aktuelle ABTA Geschäftsreisereport 2023 kann kostenlos von der neu gestalteten ABTA-Website heruntergeladen werden: <https://www.abta.at/leistungen/marktanalysen/>



Information:

ABTA-Präsident: Roman Neumeister, M: +43 676 352 3698, E: roman.neumeister@abta.at

ABTA-Studien Projektleiter: Wilfried Kropp, M: +43 699 18411666, E: wilfried.kropp@gmail.com

ABTA-Pressestelle: Dr. Elisabeth Zöckl, M: +43 664 132 00 37, E: e.zoeckl@domus-com.at

Wien, 16.2.23