

Die Branche passt sich smart an

Geschäftsreisen Verunsichert ist die ganze Branche, gelitten haben die meisten. Und trotzdem will man sich mit der Krise arrangieren.

DANIEL TSCHUDY

Singapore Airlines, beispielsweise, testete kürzlich in Zusammenarbeit mit Iata, der International Air Transport Association, eine neue Travel-Pass-App zur digitalen Gesundheitsüberprüfung. Reisende auf der Route Singapur-London können sich die App herunterladen und ein Portfolio mit Foto, Passdaten und Flugreservation erstellen. Vor der Rückreise haben sie dann in Singapur die Möglichkeit, bei ausgewählten Kliniken einen Covid-19-Test zu buchen, dessen Befund in die App eingegeben wird.

Damit wird das Reisen stressfreier, ob während der Pandemie oder auch später. Iata und die Weltgesundheitsorganisation WHO zielen darauf, dass die weltweite Reise- und Transportbranche solche Angebote aufeinander abstimmt und somit den gesamten Reiseablauf beruhigt.

In Bewegung sind noch andere Anbieter, immer mit dem Ziel, die Krise zu überleben und bestmöglich aufgestellt zu sein für die Zukunft. Wie Airplus International, ein internationaler Anbieter von Lösungen im Bereich Corporate Payment, aus seinen Recherchen berichtet, nahm der Anteil von Mietwagenbuchungen von Geschäftsreisenden deutlich zu. Seit März 2020 bis Ende Jahr wurde beispielsweise in Deutschland rund jede zehnte Geschäftsreise mit dem Auto unternommen – eine Zunahme von rund 50 Prozent.

Auch in der Schweiz nahm die Nachfrage leicht zu; national reisen die Schweizer Geschäftsleute aber lieber mit ihrem privaten Auto und international ziehen sie weiterhin das Flugzeug vor. Andy Stehrenberger, Geschäftsführer von Airplus, meint dazu: «Die Airlines führten relativ früh eine Maskenpflicht ein; zudem gibt die bei den meisten Fluggesellschaften eingesetzte Kabinenbelüftung mit Hepa-Filtern ein gutes Sicherheitsgefühl für die Zeit an Bord.»

Emirates spielt im Business-Travel-Sektor eine grosse Rolle für Reisen von Europa in den Mittleren Osten und weiter nach Asien. Der Country-Manager Schweiz ist Jürg Müller, der seit 14 Jahren bei Emirates tätig ist. «Ab der Schweiz lag der Anteil an Geschäftsreisenden vor Corona bei rund 40 Prozent. Covid-19 hat den gesamten Geschäfts- und Urlaubsreiseverkehr massiv unterbrochen, vor uns liegt ein weiteres herausforderndes Jahr. Wir gehen davon aus, dass sich der Flugverkehr in der zweiten Jahreshälfte 2021 leicht beleben wird. Und wir denken, dass wir unser Netzwerk bis Frühjahr 2022 wieder voll bedienen können.»

Fachreisebüros leiden

Viele Schweizer Unternehmen würden ihren Angestellten, so Müller, derzeit noch keine Geschäftsreisen erlauben. Immerhin kehrten langsam Spezialisten, Mechaniker, Finanzleute und Vertreter von NGO zurück. «Im Moment bieten wir nach Dubai insgesamt 13 Flüge pro Wo-



Viele sehnen sich nach ganz normalen Geschäftsreisen.

che ab Genf und Zürich an, das entspricht fast 50 Prozent unseres Angebots aus der Zeit vor der Pandemie.»

Dramatischer ist die Lage der spezialisierten Reisebüros, sowohl im Ferientourismus wie auch im Geschäftsreisen-Sektor. «Marktübergreifend erlitten wir 2020 einen Umsatzeinbruch von 75 Prozent und auch 2021 liegt das Buchungsvolumen noch unter der Hälfte von 2019», erklärt Andreas Schneider. Er ist Leiter

Geschäftsreisen der deutschen DER Touristik Suisse und führt so auch die Büros von Kuoni Business Travel.

Digitalisierung in Lichtgeschwindigkeit

Tatsache ist auch für Kuoni Business Travel, dass Videokonferenzen die eine oder andere Geschäftsreise ersetzen werden. Der langjährige Reiseprofi Schneider ist aber überzeugt, dass es kulturelle Unterschiede, persönliche Beziehungsfelder

und interaktive Veranstaltungen auch in Zukunft nötig machen, sich persönlich zu treffen. Allein das Segment der Berufssportler, mit entsprechender Begleitung wie Trainerteam, Ärzten, Verbandsleuten und Journalistinnen und Journalisten, reist ja schon heute wieder intensiv um die Welt. «Ich erkenne aber auch, dass es im Business-Travel-Bereich für einige Marktteilnehmer nicht mehr rentieren wird. In dieser Branche findet eine Neuorientie-

rung statt; nicht nur der Anbieter, sondern auch der Firmenkunden. Deshalb ist es für uns auch so zentral, das erfahrene Personal so weit wie möglich zusammenzuhalten, bis dann die Geschäfte wieder anziehen.»

DER Touristik Schweiz hat ihre Mitarbeitenden in der Kurzarbeit in Schulungen und Weiterbildungsprogrammen geschickt. Themen sind die neue virtuelle Kommunikation und die Frage, wie Kundinnen und Kunden damit in Zukunft digital bedient werden können. Dazu gibt es für Staffs entsprechende Informations- und Beratungssoftware. Andreas Schneider: «Unsere Geschäftsreisenden profitieren von unserer noch jungen Business Travel Mobile App; sie erlaubt während einer Reise unter anderem eine 24-stündige Betreuung in mehreren Sprachen. Neben dem Fokus auf persönliche Beratung setzen wir verstärkt auf künstliche Intelligenz im Buchungsprozess und in der Optimierung der Buchung, während der Reise und auch danach bei der Abrechnung.»

Zurück zur Normalisierung?

Andreas Schneider und Jürg Müller erkennen einen Aufwärtstrend und sind sicher, dass die weltweite Nachfrage nach physischen Geschäftskontakten wieder steigen wird. Schneider glaubt, dass nach der Pandemie nur jede fünfte Dienstreise digital ersetzt wird.

Auch für Müller wird die Zukunft positiv sein, vor allem auch, weil Emirates die neuen globalen Schlüsselmärkte im Nahen und Mittleren Osten sowie in Asien bedient. Dort seien persönliche Meetings wichtige Elemente der Businesskultur. «Und schliesslich ist es manchmal tatsächlich auch schneller und kosteneffizienter, wichtige Dinge vor Ort direkt zu erledigen.»

«Ich bleibe trotz Corona optimistisch»

Im Geschäftsjahr 2018/19 erwirtschaftete Ihre Business-Travel-Agenturengruppe noch stolze 127,3 Millionen Franken. Wie dramatisch war danach der Einbruch durch Corona?
Roland Birchmeier: Unser Fiskaljahr dauert jeweils vom November bis Oktober. 2019/20 kamen wir noch auf einen Umsatz 45,5 Millionen.



Roland Birchmeier
Geschäftsführer
BTA First Travel

Wie kann man einen solchen Rückgang überleben?
Dank mehreren gleichzeitig greifenden Massnahmen. Wir mussten leider die Anzahl Angestellte reduzieren; andere Mitarbeitende sind noch immer in Kurzarbeit. Dazu strafften wir das Vertriebsnetz und nahmen diverse Kostenoptimierungen vor.

Aber die Nachfrage bricht weiter ein – viele Firmen erlauben ihren Angestellten noch nicht einmal internationale Reisen.
Voraussetzung fürs Überleben ist auch die finanzielle Grundlage und die Struktur der Besitzer. Als Teil der Hotel-

plan-Gruppe und somit des Migros-Konzerns haben wir eine solide Aktionärin, die an uns festhält und uns eine langfristig ausgerichtete Strategie ermöglicht.

Es könnte für kleinere Mitbewerber also ziemlich eng werden?
Ja, ich rechne damit, dass sich der Markt stark bereinigen wird und dass wegen der Pandemie einige Konkurrenten aufgeben werden müssen. Wer jedoch langjährig etabliert ist mit einer soliden Stammkundschaft und sich gleichzeitig schon früher technologisch gut eingerichtet hat, dürfte letztlich bei der Bewältigung der Krise gute Karten haben.

Die im Januar von Rockport Analytics publizierte Studie weist eine vollständige Erholung erst für 2025 aus. Da braucht es einen langen Atem.
Noch ist eine Erholung im Heimmarkt tatsächlich nicht in Sicht. Allerdings sind langfristige globale Einschätzungen sehr schwierig, denn die Dynamik bei den Impfkampagnen in den Wirtschaftsmärkten kann die Situation innert weniger Monate verändern.

Was bedeutet das für die Schweiz?
Die Geschäftsreisebudgets der hiesigen Grosskonzerne sind mir weniger bekannt, da sich unsere Hauptklientel aus mittleren und kleineren international tätigen Firmen zusammensetzt. Dort sehen wir einen Trend Richtung Reduzierung interner Geschäftsreisen; der Kostendruck hat einfach zugenommen. Ich bleibe jedoch optimistisch, auch weil unsere Filialen seit Jahren eine enge persönliche Beziehung zu ihren Kunden aufgebaut haben.

INTERVIEW: DANIEL TSCHUDY

ANZEIGE



Der neue elektrische **Honda e**

100 %	Elektrisch
	Vernetzt
	Innovativ



Profitieren Sie von exklusiven Flotten-Angeboten bei Ihrem Honda e-Händler.

