



2014

Industry  
Forecast

Executive Summary

## 2014 Industry Forecast von Advito – Executive Summary

*Die Branchenprognose „2014 Industry Forecast“ von Advito basiert auf einem fundierten Verständnis des Geschäftsreisemarkts und dem Wissen, dass lokale und globale Faktoren den Markt beeinflussen.*

### Wirtschaft

2014 sollte sich die Weltwirtschaft insgesamt wieder erholen – wir erwarten demzufolge einen Anstieg bei den Geschäftsreisen. Die Economist Intelligence Unit sagt für nächstes Jahr einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um 4,3 % in Asien und 2,5 % in den USA voraus. Sogar für Europa sind die Zahlen mit einer Wachstumsprognose von 0,6 % optimistisch.

### Nachfrage und Preis

Die Nachfrage nach Geschäftsreisen ist 2013 jedoch weniger stark gestiegen als erwartet. Daher ist es schwer vorauszusehen, wie stark Unternehmen ihre Geschäftsreisetätigkeit 2014 steigern werden. Diese Situation sorgt dafür, dass die Anbieter mit Preissteigerungen vorsichtig umgehen. Sofern keine größeren wirtschaftlichen Veränderungen eintreten, sollten die Preisanstiege bei Flugreisen, Hotels und Mietwagen fast der Inflationsrate entsprechen. Dabei gibt es für Einkäufer in Europa sogar an einigen Stellen attraktiven Verhandlungsspielraum, vor allem bei Transatlantikflügen und solchen in den APAC-Raum.

### Prognose: Flug 2014

Obwohl die nordamerikanischen und europäischen Fluggesellschaften ihre Kapazitäten streng regulieren, wird die schwache Nachfrage die Preise für Flugtickets stabil halten oder Preissteigerungen zumindest stark begrenzen. Andererseits schränkt die Konsolidierung nordamerikanischer Fluggesellschaften die Auswahl an Routen und Plätzen für Reisende ein. In Europa können Low-Cost-Carrier wie easyJet und Germanwings dazu beitragen, die Geschäftsreiseausgaben für Unternehmen weiter zu senken.

Wie schon 2013 bleibt Lateinamerika für kostenbewusste Travel Manager eine große Herausforderung. Kürzlich erfolgte Airline-Konsolidierungen werden zusammen mit einer starken Nachfrage und einem wirtschaftlich aufstrebenden Brasilien die Preise für Flugtickets um 2 % bis 3 % in die Höhe treiben.

Die drei Nahost-Airlines Emirates, Etihad Airways und Qatar Airways, müssen sich mit den Folgen ihres Kapazitätsüberschusses auseinandersetzen, nachdem sie in den vergangenen Jahren zahlreiche Flugzeuge gekauft und in Betrieb genommen haben. Das zahlt sich für Einkäufer aus: Die Überkapazitäten könnten die Preise für Flugreisen zwischen Afrika, Europa und APAC drücken. Da diese Airlines weiter zügig expandieren, erwarten wir einen ähnlichen Effekt für Flugreisen zwischen Nordamerika und Südostasien.

Für Einkäufer lohnen sich Verhandlungen also vor allem da, wo der Konkurrenzdruck bei den Anbietern groß ist und es größeren Spielraum bei der Preisgestaltung gibt. Auf Seite 16 des Industry Forecasts finden Sie weitere Empfehlungen für Einkäufer bezüglich Flugreisen.

### Prognose: Hotel 2014

Bei den Hotels bleibt alles beim Alten. Obwohl es Hoteliers nicht gelungen ist, die für 2013 angestrebten zweistelligen Preissteigerungen durchzusetzen, werden sie auch 2014 versuchen, die Preise für Geschäftsreisende um 4 % bis 6 % zu erhöhen. Wir sind jedoch der Meinung, dass Hotelbetreiber in den meisten Fällen ihre Erwartungen um die Hälfte zurückschrauben müssen.

Die Entwicklung der Zimmerpreise folgt dabei zwei verschiedenen Kurven. In den internationalen Top-Städten wie New York und Hongkong wird eine Preissteigerung im zweistelligen Bereich erwartet. Dies gilt auch für „Emerging Destinations“ mit geringem Angebot wie z. B. São Paulo (Brasilien) und Luanda (Angola). In kleineren Städten gibt es dagegen für Einkäufer großen Verhandlungsspielraum.

Um diese Möglichkeit voll auszuschöpfen, sollten Einkäufer ihr Budget auf weniger Hotels beschränken. Außerdem zahlt es sich aus, auf Blackout-Daten und langfristige Stornierungsbedingungen zu achten, die ausgehandelte Preisvorteile oft schmälern. Auf Seite 21 des Industry Forecasts finden Sie weitere Empfehlungen für Hotels.

### Prognose: Meetings 2014

Die Nachfrage nach Meetings bleibt unverändert stark und wird schneller steigen als bei den regulären Geschäftsreisen. Da sich bei den meisten Destinationen das Angebot kaum erweitert, erwarten wir in 2014 gemäßigte Preisanstiege. Einkäufer sollten sich schnell für präferierte Tagungsorte entscheiden. Zwar werden die Vorlaufzeiten immer kürzer, gleichzeitig wirkt sich jedoch die steigende Nachfrage bei gleichbleibendem Angebot auf die Verfügbarkeit aus. Auf Seite 25 finden Sie weitere Empfehlungen für den Bereich Meetings.

### Prognose: Mietwagen 2014

Im Juni 2013 hat Avis Budget versuchsweise seine Mietwagenpreise erhöht – doch Hertz und National/Enterprise/Alamo haben bis jetzt noch nicht nachgezogen. Der starke Wettbewerb zwischen diesen drei globalen Hauptanbietern sollte dafür sorgen, dass Preissteigerungen – wenn sie überhaupt stattfinden – 2014 unter 4 % bleiben. Multinationale Verträge mit Mietwagenanbietern sind weiterhin beliebt. Einkäufer sollten mit Verträgen über drei oder mehr Jahre jetzt dafür sorgen, dass die verhandelten Preise gleich bleiben. Auf Seite 29 finden Sie weitere Empfehlungen für den Bereich Mietwagen.

*Die vollständige englischsprachige Studie können Sie [hier](#) herunterladen.*

*Bei Fragen steht Ihnen Andreas Schmitz, Director EMEA bei Advito, gern zur Verfügung:  
[andreas.schmitz@advito.com](mailto:andreas.schmitz@advito.com), 040 – 34845 1743.*