

"Die Geschäftsreise wird ihre Relevanz behalten"



Fww MEDIEN

LCC-Geschäftsführer Markus Orth sieht sein Franchise-System langfristig als Gewinner der Corona-Krise.

Insolvenzen, Übernahmen, Neueintritte – die Pandemie bringt den Markt der Geschäftsreisebüros in Bewegung. fww | TravelTalk analysiert, wer mitmischt, wer die besten Karten hat und welche Chancen sich bieten. Heute Teil 5: Interview mit LCC-Geschäftsführer Markus Orth.

Die TUI stellt mit First Business Travel ihre mittelständisch ausgerichtete Geschäftsreiseparte ein. Wie viele FBT-Franchiser haben schon bei den Lufthansa City Centern angeklopft?

Markus Orth: Wir bekommen aktuell sehr positive Rückmeldungen. Einige FBT-Franchise-Nehmer haben sich schon für einen Wechsel zu uns entschieden. Ich bin deshalb zuversichtlich, dass wir weitere Unternehmen von unserem Konzept überzeugen können. Unser Vorteil

ist: Wir sind konzernunabhängig und frei in unseren unternehmerischen Entscheidungen. Wir haben eine starke Marke und 30 Jahre Erfahrung. Wir genießen viel Vertrauen bei unseren Kunden und sind wiederholt von verschiedenen Service-Instituten als bester Geschäftsreiseanbieter des Mittelstands ausgezeichnet worden.

Wie behauptet man sich als mittelständischer Geschäftsreiseanbieter zwischen einem Branchenriesen wie Amex GBT einerseits und millionenschweren Start-ups wie Tripactions andererseits?

Als führender Geschäftsreiseanbieter des Mittelstands sind wir ein etablierter Player im Business-Travel-Markt. Nicht zuletzt deshalb hatten wir in den vergangenen Monaten viele prominente Neuzugänge zu verzeichnen. Darunter das Büro von Ute Dallmeier sowie das wahrscheinlich größte inhabergeführte Geschäftsreisebüro, die Atlantik-Luft-Reederei. Mittelfristig gehe ich davon aus, dass wir von der Marktkonsolidierung profitieren werden.

Der Wettbewerb entscheidet sich auch über Technikinvestitionen. Amex GBT sammelt dafür über den bevorstehenden Börsengang Millionen ein, die Start-ups können ebenfalls auf Investorengelder in Millionenhöhe zurückgreifen. Drohen mittelständische Dienstleister da nicht zurückzufallen?

Trotz steigendem Wettbewerbsdruck und unsicherer Zukunftsprognosen glaube ich unverändert an die Daseinsberechtigung klassischer Travel Management Companies. Technisch brauchen wir uns nicht zu verstecken.

Mit der LCC-eigenen Multi-Source-Vertriebsplattform Bridge-IT, die unter anderem Zugriff auf NDC-Content und Continuous Pricing gewährt, sind wir absolut wettbewerbsfähig. Unser großer Pluspunkt, insbesondere gegenüber technikgetriebenen Start-ups: die persönliche Beratungskompetenz unserer Mitarbeiter in den Agenturen. Gerade hier ist der Bedarf zuletzt wieder gestiegen. Es hat schon seine Gründe, warum Start-ups neuerdings auch klassische Geschäftsreisebüros an Bord holen.

Die durch die Corona-Pandemie ausgelöste Branchenkrise ist noch nicht vorbei. Omikron sorgt dafür, dass die Unternehmen wieder restriktiver mit Geschäftsreisen umgehen. Wer hat die besten Karten, das Dauertief zu überstehen?

Der wieder aufkeimende Optimismus nach dem Neustart des Reiseverkehrs in die USA Anfang November war offensichtlich verfrüht. Wir werden im Business Travel alle einen längeren Atem brauchen als noch vor wenigen Wochen gedacht. Unser großer Vorteil gegenüber reinen Geschäftsreiseanbietern ist es, dass wir als LCC zusätzlich ein lukratives Urlaubsgeschäft betreiben: Und das könnte, wie bereits im vergangenen Jahr, wieder deutlich früher anspringen als das Corporate-Segment. Auf zwei Beinen steht man einfach besser.

Wie wird der Geschäftsreisemarkt nach der Krise aussehen?

Trotz voranschreitender Marktkonsolidierung und einer wachsenden Anzahl virtueller Meetings wird die Geschäftsreise ihre Relevanz im Großen und Ganzen behalten. Da bin ich optimistisch. Persönliche Begegnungen von Menschen sind vielfach unverzichtbar. Außerdem sollte man die Lust der Manager aufs Reisen nicht unterschätzen. Aber nicht alles bleibt so, wie es ist. Die Pandemie ist ein Katalysator für Entwicklungen, die teils schon vor der Krise begonnen hatten. Hier denke ich vor allem an die Automatisierung von Prozessen, ein gestiegenes Sicherheitsbedürfnis sowie ein wachsendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit.