Ministerie van Infrastructuur
en Waterstaat

Zakelijk vliegen

De reiziger, de reizen, de motieven en de vooruitzichten



Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid | KiM

Toon Zijlstra en Sytze Rienstra

Inhoud



Reizen 1



Reiziger 2



Reismotieven 3



Vooruitzichten 4

Verantwoording



1 Reizen

Aantal zakenreizen

In 2019 maakten 0,9 miljoen Nederlanders in totaal 3,7 miljoen zakelijke vliegreizen. In datzelfde jaar kwamen 3,8 miljoen bezoekers met een zakelijk reismotief naar Nederland; het vliegtuig was hun hoofdvervoermiddel.

80% van de Nederlandse zakenreizigers gebruikte Schiphol als vertrekplaats. 10% begon de zakenreis op een regionale luchthaven, zoals Eindhoven Airport, en nog eens 10% vloog vanaf een buitenlandse luchthaven, zoals Düsseldorf Airport.

De 0,9 miljoen Nederlandse zakelijke luchtvaartreizigers zijn goed voor meer dan 8,5 miljoen vluchten. Iedere reis bestaat immers uit een heen- en terugvlucht. Bovendien maken zakelijke reizigers regelmatig een overstap, en soms vliegen ze tussen buitenlandse bestemmingen, zoals bij een rondreis in Azië of binnen de Verenigde Staten.

Aantal zakelijke passagiers op Nederlandse luchthavens

De Nederlandse luchthavens verwerkten 24,3 miljoen passagiers (aankomst en vertrek) met een zakelijk reismotief in 2019. Het zakelijke segment is daarmee goed voor 30% van het totale aantal passagiers.

Deze 24,3 miljoen passagiers bestaan uit:

- 9,2 miljoen arriverende en vertrekkende transfer-passagiers;
- 7,6 miljoen arriverende en vertrekkende zakelijke bezoekers aan ons land (of omliggende landen);
- 6,7 miljoen Nederlanders die vanaf een Nederlandse luchthaven vertrokken en terugkeerden;
- 0,8 miljoen passagiers die over de grens wonen, in België of Duitsland, en die hun zakenreis maakten vanaf een Nederlandse luchthaven.

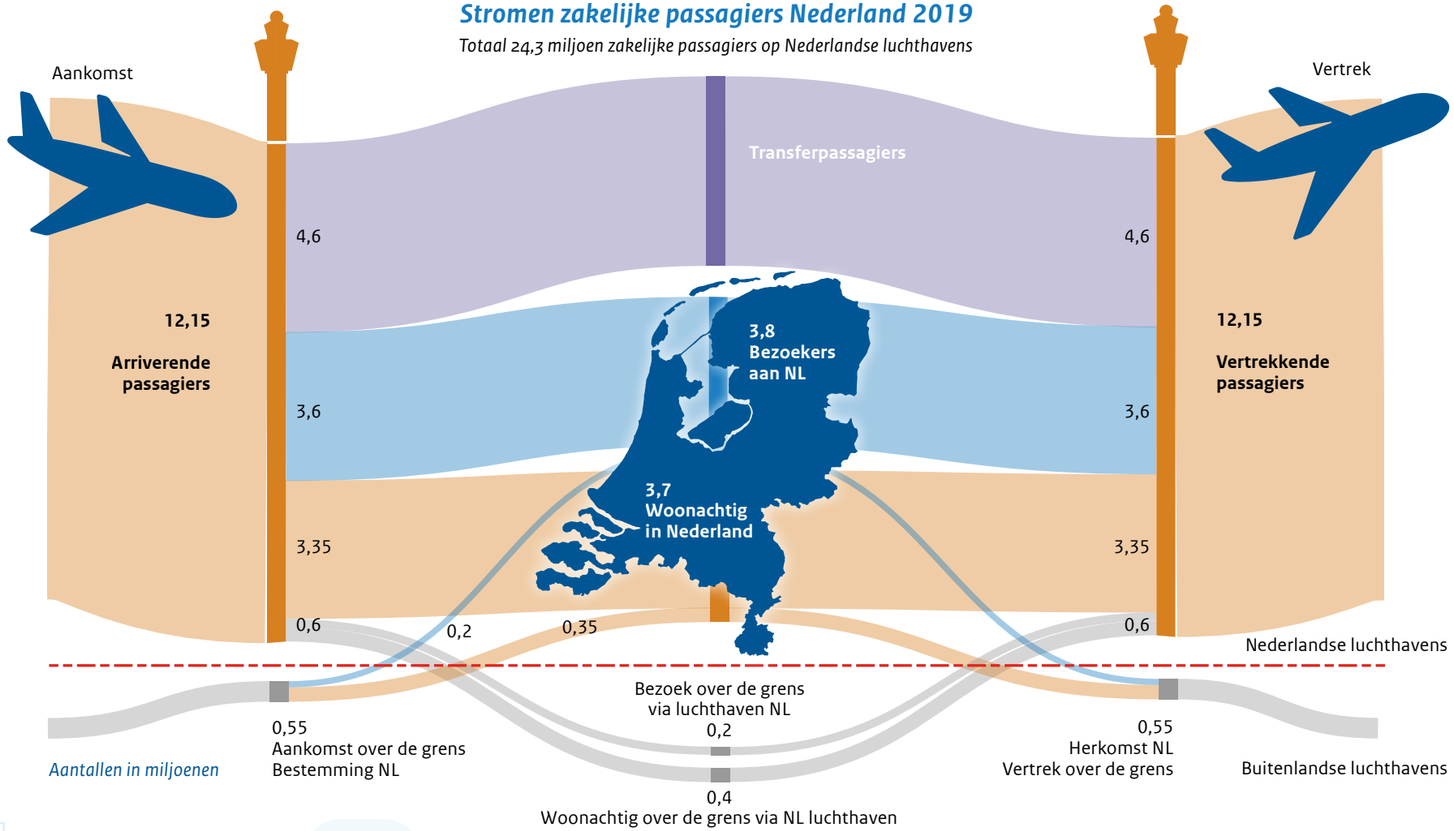
Bestemmingen

80% van de zakenreizen die Nederlanders per vliegtuig maken, heeft een bestemming binnen Europa. Daarbij domineren de bestemmingen op relatief korte afstanden. Het Verenigd Koninkrijk is duidelijk de populairste bestemming; daarbij is Engeland populairder dan Schotland, Wales en Noord-Ierland tezamen. De top 5 van bestemmingen is goed voor 50% van de zakenreizen.

Top-5	Land	Aandeel
1	Verenigd Koninkrijk	19%
2	Duitsland	9%
3	Spanje	9%
4	Verenigde Staten	7%
5	Italië	6%
6+	Overige landen	50%

Stromen zakelijke passagiers Nederland 2019

Totaal 24,3 miljoen zakelijke passagiers op Nederlandse luchthavens



Afstand, reisduur en transfers

23% van de zakelijke vluchten van of naar Nederland via Schiphol gaat over een afstand van meer dan 2.000 km. Meer dan 50% van de zakelijke vluchten die Schiphol als vertrekpunt of eindbestemming hebben, is korter dan 1.000 km. De gemiddelde afstand is 2.500 km. Dat is aanzienlijk minder dan de gemiddelde reisafstand voor niet-zakelijke reizen (3.300 km). In beide gevallen stijgt het gemiddelde door de uitschieters: een kleine groep reizen over zeer lange afstanden.

Bij deze zakelijke reizen is het vliegtuig het hoofdvervoermiddel; hiermee overbruggen de zakelijke reizigers het grootste deel van de afstand. Voor de reistijd geldt daarentegen niet altijd dat de zakelijke reiziger die voor het grootste gedeelte in het vliegtuig doorbrengt. Zeker bij vluchten over een korte afstand kunnen het voor- of natransport en de wachttijd op de luchthaven langer duren dan de vlucht zelf. Op afstanden tot 250 km gebruikt de zakelijke reiziger dan ook nauwelijks het vliegtuig.

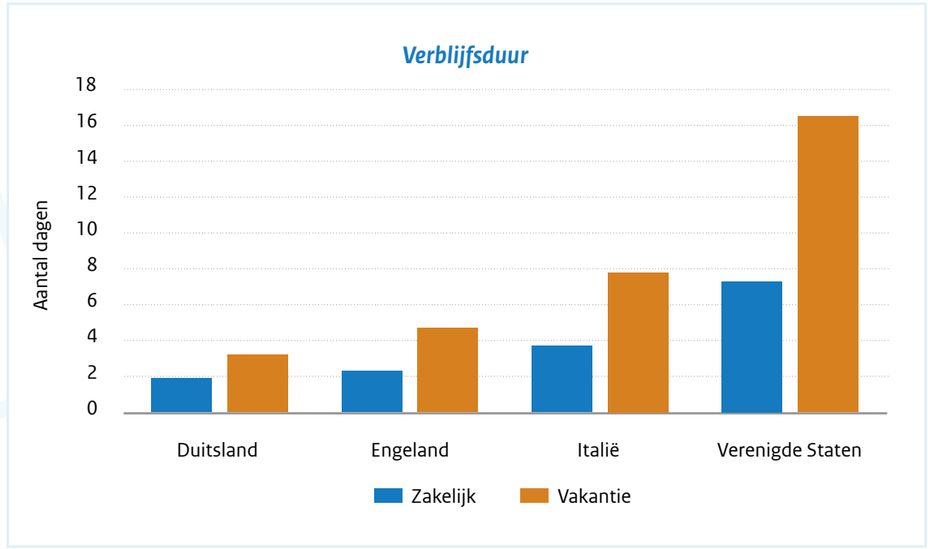
Zakenreizigers hebben te maken met relatief veel transfers voor de doorgaans bescheiden reisafstand. Vakantiegangers vliegen vaker rechtstreeks, ook omdat de specifieke bestemming niet altijd vastligt. Naar schatting 1 op de 8 zakelijke vliegreizen die Nederlanders maken, kent minimaal 1 transfer; vanaf Schiphol is dat 1 op de 7. Luchthavens met veel transferpassagiers, zoals Schiphol en Frankfurt, hebben dan ook een relatief hoog aandeel zakenreizigers.

Verblijfsduur

Net als bij vliegreizen voor niet-zakelijke doeleinden bestaat er een verband tussen de reisduur en de verblijfsduur. Een lange reisduur en een lange verblijfsduur lopen samen op. Bij zakelijke vluchten is de verblijfsduur echter een factor 2,5 korter dan bij niet-zakelijke vluchten. Ter illustratie: een vakantie naar Griekenland duurt gemiddeld 10 en een zakenreis gemiddeld 4 dagen.

Omdat veel zakenreizen plaatsvinden binnen West-Europa, blijft ook de gemiddelde verblijfsduur van een zakelijke vliegreis bescheiden: gemiddeld 3,9 dagen. De helft van alle zakenreizigers blijft minder dan 3 overnachtingen op een locatie. De verschillen zijn echter aanzienlijk, afhankelijk van de bestemming en het sub-motief binnen het spectrum van zakenreizen (zie: reismotieven).

Circa 8% van de zakenreizigers die gebruik maken van het vliegtuig, overnacht niet op de plek van bestemming, maar gaat op 1 dag heen en weer. Dat kan door vroeg te vertrekken en een late terugkeer te accepteren. We noemen deze groep dan ook de ‘dagranders’. Natuurlijk is zo’n dagrand-reis alleen haalbaar als de reistijden kort zijn en de reisschema’s gunstig, zoals naar Londen, Parijs of Frankfurt.



Reiskosten & Reisklasse

Per afgelegde vliegtuigkilometer geeft een reiziger aan een zakelijke vliegreis 2,5 tot 3 maal zoveel uit als aan een niet-zakelijke vliegreis. Zakelijke reizigers zijn dan ook een belangrijke bron van inkomsten voor de luchtvaartmaatschappijen. Het prijsverschil heeft te maken met het moment van boeken, de voorwaarden bij de boeking, de keuze van de luchtvaartmaatschappij en de reisklasse.



Het aantal businessclassstoelen in een vliegtuig is doorgaans bescheiden. Ze worden echter voor een aanzienlijk deel bezet door zakelijke reizigers die met een zakelijk of niet-zakelijk motief onderweg zijn. 12% van de zakelijke passagiers reist businessclass. De grootste groep reist economy-comfort.

Reistijdverrijking

Voor veel zakelijke reizigers brengt de tijd die ze in het vliegtuig doorbrengen, een moment van rust. Populaire activiteiten zijn muziek luisteren, recreatief lezen, slapen en films kijken. Werken in het vliegtuig is minder populair dan bijvoorbeeld in de trein, vanwege de gebrekkige ruimte, de beperkte contactmogelijkheden buiten het vliegtuig en hinderlijke medereizigers.
Vaak geeft de werkgever ook niet expliciet aan hoe de werknemer de reistijd dient in te vullen. Hierdoor is niet altijd duidelijk of reistijd ook werktijd is.

Meer reizen genereren meer reizen

Er is een zelfversterkend effect waardoor zakelijk reizen uitmondt in meer reizen. Meerdere kleine vicieuze cirkels leiden tezamen tot dit effect, namelijk:

- De kennis en ervaring die reizigers opdoen bij de internationale vliegreis zorgt voor een lagere reisweerstand, waardoor het dus relatief makkelijker wordt om nog eens op pad te gaan.
- Een deel van de reizen vindt plaats om het zakelijke netwerk (partners, leveranciers, cliënten) uit te breiden. Wanneer dat lukt, komt automatisch een ander reisdoel in beeld, namelijk het onderhouden van het netwerk. De zakelijke reiziger kan dankzij de zakenreis ook het privénetwerk uitbreiden of zelfs een partner vinden in het buitenland. Om de nieuwe zakelijke of privécontacten warm te houden kan het wenselijk zijn opnieuw te reizen.
- Door te reizen sparen veel zakelijke passagiers loyaliteitspunten. Deze punten worden vaak ingezet voor privédoeleinden: een stedentrip of vakantie. Een hogere status binnen een loyaliteitsprogramma vermindert de reisweerstand, omdat deze iemand voorrang geeft op de luchthaven en bij het aan boord gaan en toegang geeft tot de lounges. Vervolgens moet de reiziger ook blijven vliegen om zijn of haar status te behouden.
- Wanneer de vraag naar vluchten toeneemt, zal het aanbod – wanneer mogelijk – meebewegen. Zo ontstaat meer capaciteit per toestel, een hogere frequentie of een directe vlucht, waar voorheen nog een overstap noodzakelijk was. Met name door de laatste twee punten neemt de reisweerstand voor iedereen af; er zullen daardoor meer mensen op reis gaan.

2 Reiziger

Reisfrequentie

Circa 95% van de Nederlandse bevolking heeft in een periode van 12 maanden geen enkele zakelijke vliegreis. Daarmee komen alle 3,7 miljoen zakelijke vliegreizen voor rekening van de resterende 5%. Het gros van hen – 70% van de mensen met zakelijke vliegreizen – reist 1 of 2 keer per jaar met het vliegtuig met een zakelijk motief.

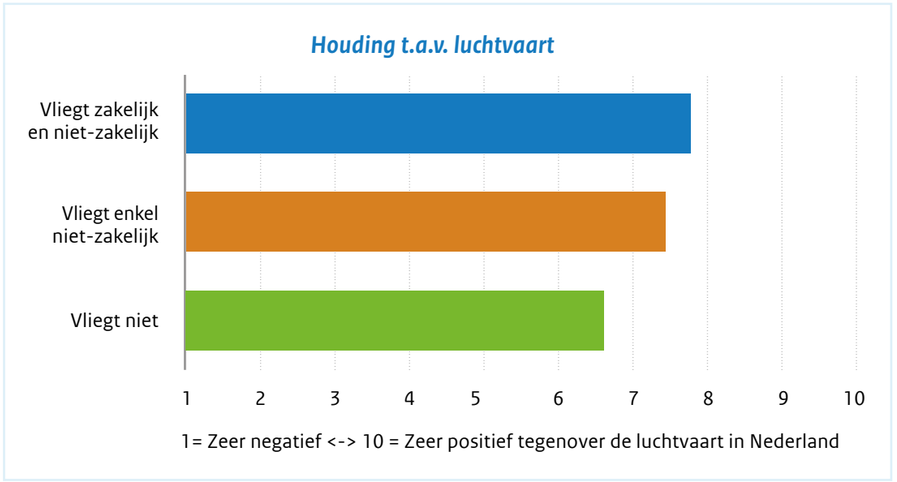
Een klein deel van de bevolking is verantwoordelijk voor een aanzienlijk deel van de gemaakte vliegreizen. De zakelijke reizigers behoren vaak tot die kleine groep. Ze horen tot de groep veel-vliegers omdat ze niet alleen zakelijk, maar doorgaans ook voor andere doeleinden met het vliegtuig reizen en/of ze vliegen frequent voor zakelijke doeleinden. De groep met meer dan 5 zakelijke vliegreizen per jaar – circa 0,6% van de Nederlandse bevolking – is goed voor 15% van alle vliegreizen door Nederlanders. De volledige groep zakelijke luchtvaartreizigers – 5% van de Nederlandse bevolking – neemt circa 30% van alle vliegreizen (zakelijk en niet-zakelijk) voor haar rekening.

Attitude

De zakelijke luchtvaartreiziger heeft een bovengemiddeld positieve attitude ten aanzien van vliegen, de luchtvaart of het reizen in het algemeen. Het vliegtuig wordt door hen eerder geassocieerd met vreugde en juist minder snel met afkeer, ten opzichten van mensen die geen zakelijke vliegreizen maken. Zakelijke luchtvaartreizigers geven de luchtvaart in Nederland gemiddeld een 7,6 als rapportcijfer. Circa 22% van hen geeft zelfs het cijfer 9 of 10.

Het cijfer van zakelijke reizigers is significant hoger dan het cijfer dat mensen geven die alleen voor niet-zakelijke doeleinden vliegen. Tussen de groepen die wel of niet vliegen, is het verschil het grootst.



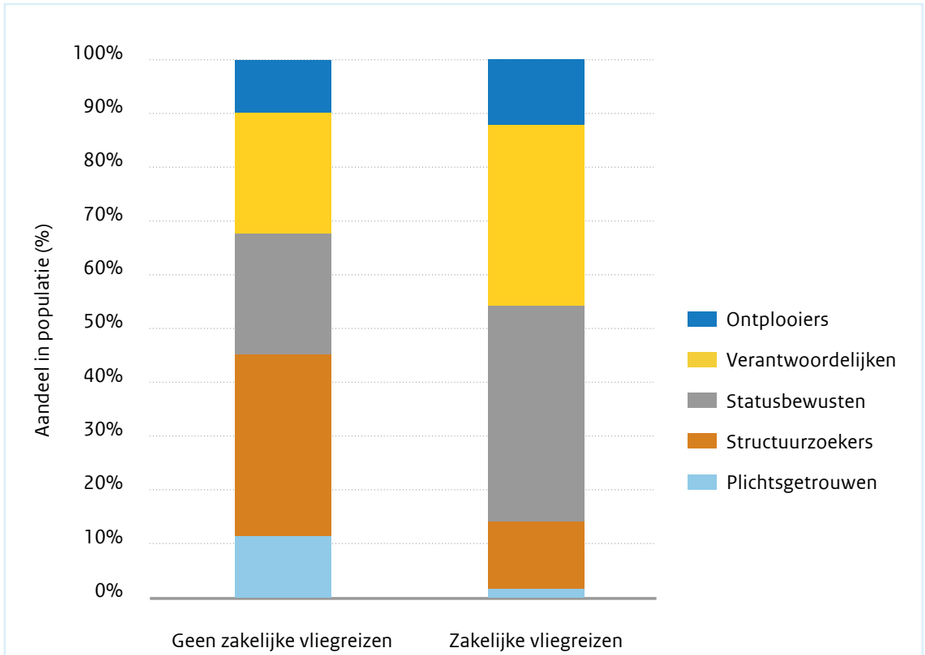


Mogelijk heeft dit verschijnsel te maken met enige vorm van zelfselectie. Iemand die de ambitie heeft om veel te reizen of die het leuk vindt om vaak te vliegen, zal eerder een baan zoeken waar reizen deel van uitmaakt. En omgekeerd.

Status & Identiteit

Zaken als buitenlandse ervaring, wereldwijsheid, bereisd en mobiel zijn staan in de huidige samenleving hoog aangeschreven. Uitgenodigd worden in het buitenland is een teken van succes. Werkgevers zien de toegevoegde waarde van buitenlandse ervaringen, en veel werknemers zien die als sleutel naar een nieuwe functie of een betere positie. Voor de echte zakelijke reizigers is het reizen een onderdeel van hun identiteit of lifestyle. Zij delen dan ook graag verhalen over de reizen die zij maken, de plekken die ze bezoeken en de kennis en ervaring die ze op dit gebied hebben. De status die frequente reizigers in een loyaliteitsprogramma, zoals Flying Blue van KLM, kunnen opbouwen is hierbij een welkome aanvulling.

De rol van status komt ook terug in de 5 duurzaamheidsprofielen die we kunnen onderscheiden. We bespreken hier de 2 opvallendste verschillen tussen de groep met en de groep zonder zakelijke vliegreizen. Zo heeft ongeveer 11% van de Nederlanders het profiel ‘plichtsgetrouw’: zij zijn maatschappelijk betrokken, solidair en bezorgd om het milieu, en hebben relatief weinig geldingsdrang. Bij de zakelijke reizigers is dit profiel nagenoeg afwezig. Nog geen 2% van de zakenreizigers behoort hiertoe; dat is 10 procentpunten minder dan bij degenen die niet zakelijk vliegen. Omgekeerd heeft circa 23% van de Nederlanders het profiel ‘statusbewust’: zij ambiëren het verwerven en uitbouwen van sociale status en carrière maken, en hebben materiële dromen. Binnen de groep zakelijke reizigers heeft 40% dit profiel; dat is 18 procentpunten meer dan bij degenen die niet voor zaken vliegen.

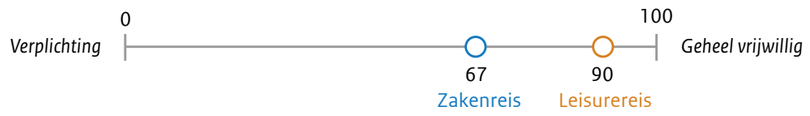


Autonomie zakenreiziger

De zakenreiziger reist lang niet altijd in directe opdracht van de baas, maar doorgaans wel op diens kosten. Met name de hoogopgeleide kenniswerker komt zelf met initiatieven voor congressen, beurzen, trainingen, potentiële leveranciers of excursies in binnen- en buitenland. Immers, ook bij de uitvoering van de dagelijkse werkzaamheden voor het bedrijf wordt een hoge mate van zelfsturing verlangd. De autonomie van de zakenreiziger wordt verder versterkt door de positie die hij bekleedt binnen de organisatie. Gelet op hun inkomen en functietitel hebben zakenreizigers vaak een hogere functie. Deze beslist daardoor vaak zelf of en hoe hij of zij reist.



Mate van vrijwilligheid bij laatste vliegreis



Een recente studie onderbouwt dit beeld verder. Daarbij werd respondenten gevraagd naar de mate waarin hun meest recente reis een verplichting was. De mate van vrijwilligheid is onder niet-zakelijke reizigers duidelijk groter, maar toch merken sommige respondenten de zakenreis eerder aan als vrijwillig dan als een verplichting.

Gelet op de positieve houding ten aanzien van vliegen en de keuze voor een baan met mogelijkheden om internationaal te reizen, zal de zakenreiziger snel positief oordelen over de noodzaak om op reis te gaan. Eerder dan iemand met een neutrale positie.

Uiteenlopende belangen

Het belang van de zakenreiziger is niet altijd perfect in lijn met het belang van de werkgever. De werknemer kijkt immers ook naar de privésituatie of zoekt mogelijk naar eigen profijt bij de zakenreis. Hierdoor maken zakenreizigers, vanuit het perspectief van de werkgever, suboptimale keuzes.

Die suboptimale keuzes hebben mogelijk te maken met de bestemmingskeuze, de reisklasse, de route of het reisschema. Een reisbestemming waar vrienden wonen, zal iemand prefereren boven een andere bestemming, terwijl die andere bestemming vanuit zakelijk perspectief mogelijk relevanter is.

Om loyaliteitspunten op te bouwen voor niet-zakelijke doeleinden, zoals tickets voor de zomervakantie, kan de zakenreiziger ervoor kiezen om een extra overstap te accepteren of te gaan voor een upgrade. Omdat de baas betaalt, kiest hij eerder voor extra's, zoals beenruimte of een luxere reisklasse, dan wanneer de reis voor eigen rekening komt.

Ter illustratie: uit een Spaanse studie blijkt dat reizigers die zelf voor extra beenruimte moeten betalen, hiervoor gemiddeld 15 euro over hebben. Betaalt de werkgever, dan loopt de gemiddelde betalingsbereidheid op tot 70 euro. Spaart de werknemer ook nog eens voor een loyaliteitsprogramma, dan is de gemiddelde betalingsbereidheid zelfs 101 euro.

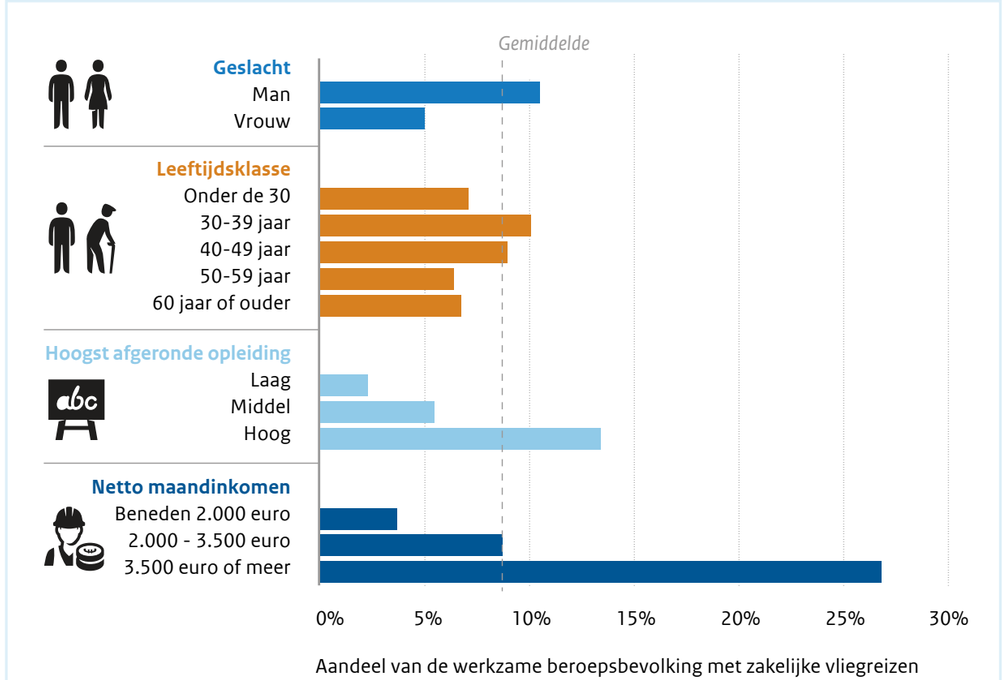
Werkgevers beheersen de reiskosten door voorschriften, toezicht door reisagentschappen, een maximaal aantal reizen of een jaarlijks budget. Wanneer alle gemaakte zakenreizen – en de daarbinnen gemaakte keuzes – van toegevoegde waarde zijn voor het bedrijf, is het economisch gezien vreemd om hierop te bezuinigen en deze te controleren.

Persoonskenmerken

Circa 70% van de Nederlander met minimaal 1 zakelijke vliegreis per jaar is een man. Omdat deze mannen bovendien frequenter op pad gaan, dan de vrouwen die zakelijk vliegen, is 75% van de zakelijke passagiers in het vliegtuig een man.

Het zijn vooral dertigers die regelmatig zakelijk per vliegtuig reizen: ¼ van alle mensen die zakelijk vliegen, is tussen de 30 en de 40 jaar. Ook de groep onder de dertig en veertigers zijn relatief sterk vertegenwoordigd.

Zakelijke luchtvaartreizigers hebben vaak een hoog opleidingsniveau. Met name de groep mensen met het hoogste opleidingsniveau (Master of Doctoraal) vliegt vaak zakelijk.



Aandeel van de werkzame beroepsbevolking met zakelijke vliegreizen

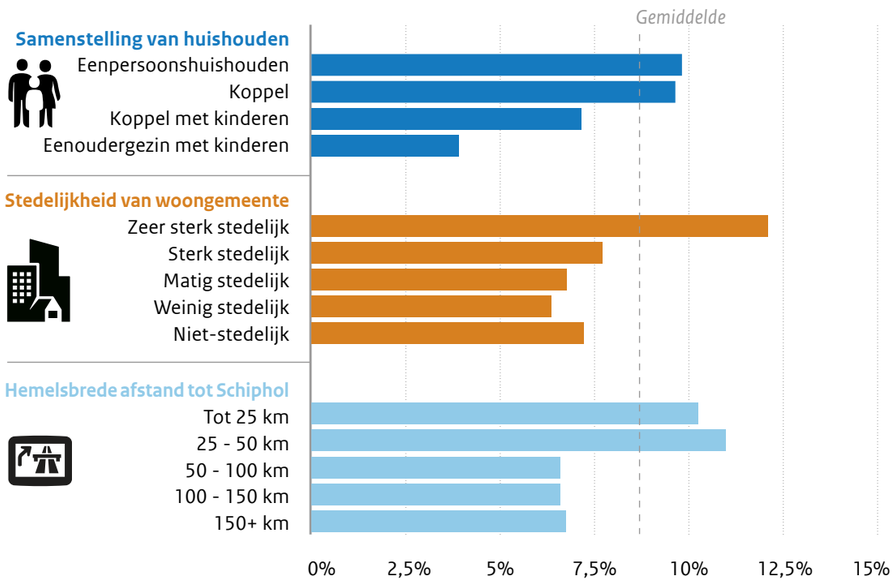
Wat het meest opvalt, is wel het persoonlijke nettomaandinkomen. Naarmate iemand een hoger inkomen heeft, neemt de kans sterk toe dat hij of zij zakelijk vliegt. Van degenen die een inkomen hebben van minder dan € 2.000/mnd, vliegt 1 op de 25 werkenden zakelijk. Bij een inkomen van meer dan € 4.000/mnd is dit 1 op de 3.

Huishoudkenmerken

Kijken we naar de samenstelling van het huishouden, dan zijn er bescheiden verschillen in de kans dat iemand zakelijke vliegreizen maakt. Opvallend is vooral dat alleenstaande ouders aanzienlijk minder vaak vliegen voor het werk.

Ten aanzien van de woonlocatie valt op dat de mensen die zakelijk vliegen, vooral in zeer sterk stedelijke gemeenten wonen, zoals Amsterdam, Delft en Eindhoven. In steden – zeker die met een universiteit – wonen ook meer hoger opgeleiden, en in de populaire steden treffen we meer mensen met een hoger inkomen.

Het verband tussen hemelsbrede afstand van de woning tot Schiphol en zakelijk vliegen is niet bijzonder sterk. Mensen die tot 50 km van Schiphol wonen, vliegen wel eerder voor het werk maar de verschillen zijn bescheiden. De afstand tot Schiphol is geen goede voorspeller voor het maken van een vliegreis, wanneer we controleren voor opleidingsniveau of inkomen.

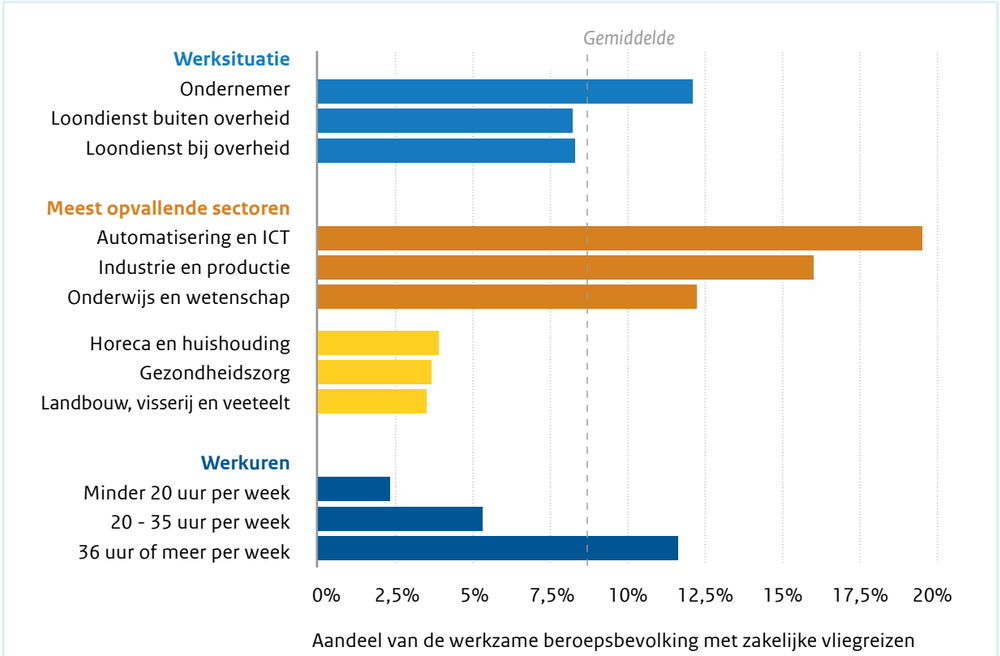




3 Reismotieven

Kenmerken werkgever

80-85% van de zakelijke reizigers is een werknemer. De overige 15-20% is ondernemer, vrijwel altijd met personeel in dienst. Relatief veel ondernemers maken zakelijke vluchten. De meeste zakenreizigers komen uit de private sector, maar – afgezet tegen de omvang ervan – de publieke sector is niet ondervertegenwoordigd. Dat komt mede doordat veel mensen uit de academische wereld vliegen. Ambtenaren, inclusief wetenschappers van universiteiten, zijn goed voor 10-15% van alle gemaakte vliegreizen. Grotere organisaties, met 100 werknemers of meer, zijn relatief iets beter vertegenwoordigd dan de kleinere spelers. ICT, industrie en productie zijn sectoren die bij vliegreizen relatief sterk vertegenwoordigd zijn. Sectoren waarin werknemers relatief weinig zakelijk vliegen, zijn horeca, gezondheidszorg en landbouw.



Aandeel van de werkzame beroepsbevolking met zakelijke vliegreizen

Uiteenlopende redenen om op reis te gaan

Werkend onderweg: Voor een kleine groep zakelijke reizigers geldt dat het reizen zelf samenvalt met werken. Dit geldt bijvoorbeeld voor piloten en stewardessen, al tellen zij doorgaans niet mee als passagiers. Andere voorbeelden zijn koeriers, beveiligers in het vliegtuig of verzorgers van levende cargo. Sommige reizigers die tot deze groep behoren, maken meer vliegtuigkilometers dan het vliegend personeel van een luchtvaartmaatschappij.

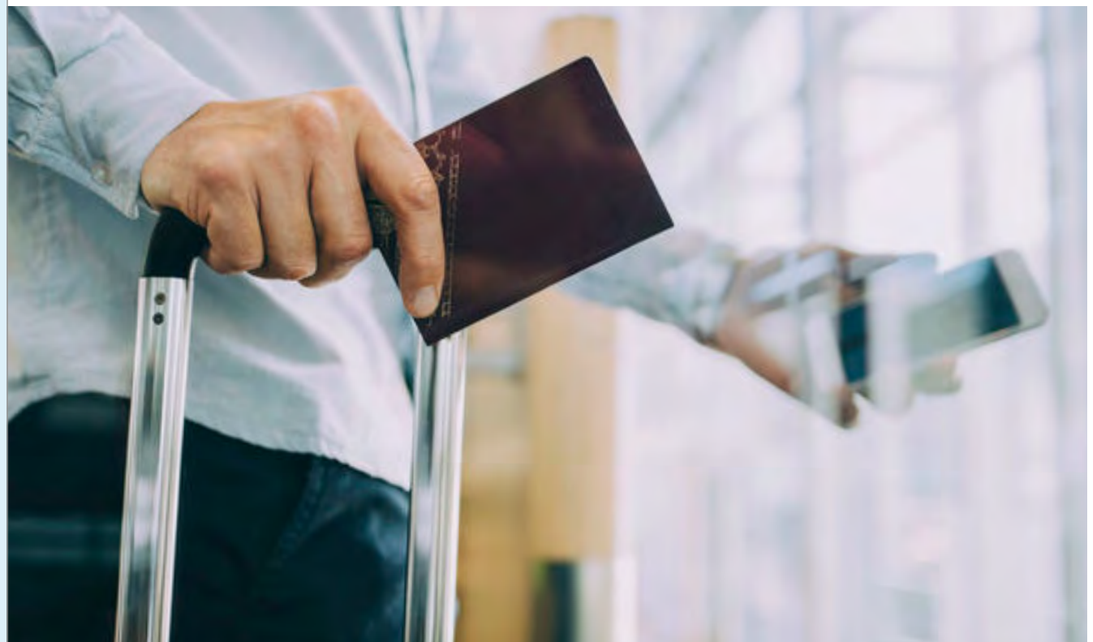
Woon-werkverkeer: Dagelijks heen en weer vliegen is ongebruikelijk. Een bescheiden groep professionals heeft echter wel een wekelijkse pendel per vliegtuig, omdat hun woonplek en werklocatie te ver uit elkaar liggen. Soms zijn deze reizigers actief op meerdere vestigingen van hetzelfde bedrijf.

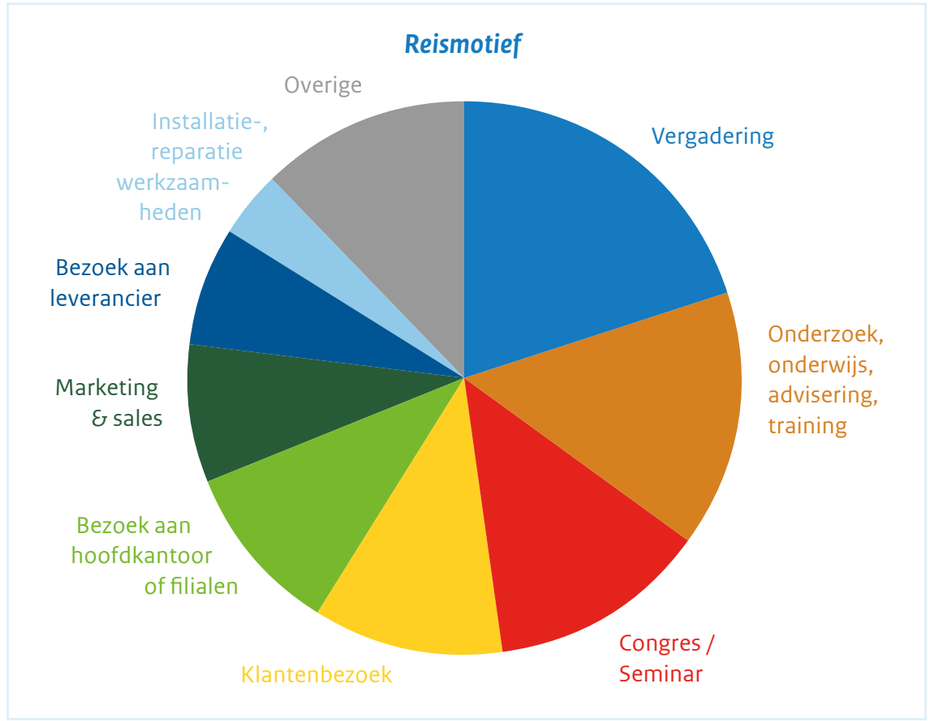
Relocatie: Een groep van 10-15% van de werkenden heeft geen vast werkadres, bijvoorbeeld omdat ze aan boord van een zeeschip werken of voor het werk diverse olieplatformen bezoeken. Een klein deel van hen reist daarom weleens per vliegtuig. Ook personeel van luchtvaartmaatschappijen moet soms reizen om elders aan de slag te gaan; met een 'non-working' status tellen zij mee als passagiers. Expats, arbeidsmigranten, diplomaten en soortgelijke groepen behoren, mede afhankelijk van de verblijfsduur, ook tot deze groep.

Installatie- en reparatiewerkzaamheden: Hierbij gaat het om het uitvoeren van specialistische handelingen op locatie, soms als onderdeel van het contract dat gesloten werd bij de levering van machines of apparatuur. Ook het vlot trekken van een gestrand containerschip valt onder deze categorie.

Vergaderen: Bij vergaderingen zijn meetings binnen een multinationale organisatie en afspraken met zakelijke contacten daarbuiten te onderscheiden. Vergaderingen gaan niet alleen over de inhoud, maar hebben vaak ook een informeel of sociaal element. Het elkaar fysiek treffen binnen een organisatie kan ook als doel hebben dat collega's elkaar beter weten te vinden.

Opleidingen: Interne opleidingen voor personeel, cursussen voor PhD-studenten en andere specialistische opleidingen worden slechts op een select aantal locaties verzorgd. Om hieraan deel te nemen is het dus noodzakelijk om te vliegen, zeker wanneer er geen online-uitwijkmogelijkheid is. Studenten die vliegen voor een opleiding, een semester of een stage in het buitenland, tellen soms ook mee als zakenreizigers.





Events: Congressen, beurzen en conferenties zijn voorbeelden van events waarvoor werknemers reizen. Het kan bij deze events gaan om het aanbieden van diensten, kennis of producten, het vergaren daarvan of een combinatie van beide. Veel wetenschappers en experts bezoeken wetenschappelijke congressen om bij te blijven in het vakgebied.

Bedrijfsuitjes en incentive reizen: Gaat het bij een bedrijfsuitje om iets waaraan alle collega's meedoen, incentivereizen zijn bedoeld als bijzondere individuele beloning of prikkel. Om belastingtechnische redenen kennen dergelijke reizen vaak ook een inhoudelijke component.

Verhouding zakelijke reismotieven

Wat de verhoudingen zijn tussen de submotieven binnen het zakelijke reizen, blijkt lastig vast te stellen. Dat hangt, om te beginnen, samen met een matige definitie van zakelijke reizen, en daarnaast met de sterk uiteenlopende reisfrequenties per submotief, het gebruik van niet-unieke of steeds verschillende subcategorieën reismotieven in studies, diversiteit in het reisgezelschap, en de stapeling van motieven bij een enkele reis. Het bescheiden aantal beschikbare bronnen over motieven voor zakelijke reizen is dan ook weinig consistent.

Er lijkt echter een hoofdrol te zijn weggelegd voor het vergaderen. Niet alleen is vergaderen een belangrijk motief voor zakenreizen, ook andere motieven kennen vergaderen mogelijk als belangrijk onderdeel, bijvoorbeeld bij het bezoek aan andere filialen of klanten. Verder is er een prominente rol weggelegd voor kennis delen in de vorm van congressen en seminars, en in de vorm van onderwijs, training en advisering.

Bleisure

De scheiding tussen zakelijk en niet-zakelijk is niet altijd eenvoudig te maken. Voor de overlap tussen de twee is in de literatuur de term ‘bleisure’ gangbaar, een samentrekking van business en leisure. De eerder genoemde bedrijfsuitjes en incentivereizen zijn daar voorbeelden van. Verder kan een zakelijk bezoek, op een aantrekkelijke locatie, verlengd worden met enkele dagen, voor ontspanning. Uit een internationaal vragenlijstonderzoek blijkt dat 50-60% van de zakelijke reizen deels ook een niet-zakelijk element heeft. Voor specifiek Nederland hebben we hierover geen data gevonden.

In sommige gevallen gaan vrienden of familie mee op zakenreis, terwijl zij niet direct betrokken zijn bij de zakelijke activiteit. Dit zou voor rond de 18% van de zakelijke reizen het geval kunnen zijn, zo blijkt mede op basis van een internationale survey.

Dankzij alle moderne communicatiemiddelen zijn sommige reizigers ook vanaf het vakantieadres wel eens aan het werk. Dat kan een incidentele verstoring zijn van de verlofperiode, waarbij mensen juist afstand willen hebben van het werk. Het kan ook een bewuste keuze zijn, zoals de keuze voor een meer nomadisch bestaan, waarbij mensen ‘thuiswerken’ vanuit Tenerife. Deze vorm van bleisure, welke aan populariteit lijkt te winnen, is te zien als een typisch ‘generatie’-effect van het nieuwe of hybride werken (zie televergaderen).

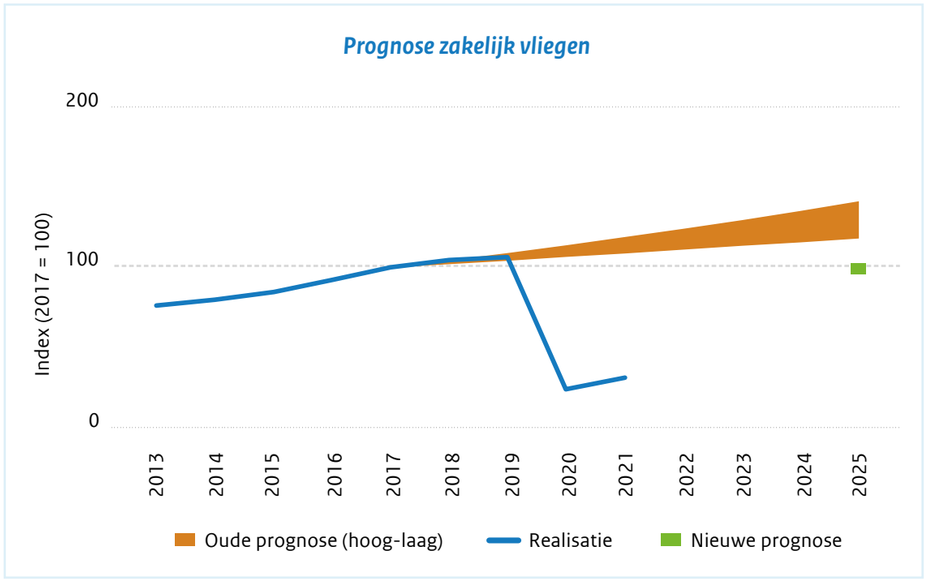




4 Vooruitzichten

Corona

Tijdens de coronapandemie is het zakelijke vliegverkeer sterk afgenomen. De verwachting is dat dit na afloop van de pandemie weer zal toenemen, maar minder vlot dan het niet-zakelijke verkeer. In 2025 ligt het zakelijke verkeer dan rond het aantal vliegbewegingen van 2019. Ten opzichte van de prognoses van voor de pandemie is dit een reductie van 15-30%. Of vanaf 2025 het eerdere groeitempo terug zal keren, is niet aan te geven. Dat mensen nu gewend zijn aan televergaderen, wordt vaak genoemd als reden waarom de groei structureel achter zal blijven (zie 'televergaderen').



Duurzaamheid

Bedrijven en organisaties besteden steeds meer aandacht aan het verminderen van emissies. Hierbij is het reisbeleid belangrijk: vliegen brengt immers veel emissies met zich mee en dit zal, ondanks inspanningen van de luchtvaartsector, naar verwachting ook op de middellange termijn zo blijven. Naast minder overleggen zijn meer televergaderen en een modal shift naar de trein veelgenoemde opties om het zakelijke vliegverkeer te verminderen.

Of het zakelijke verkeer onder druk van de klimaatcrisis daadwerkelijk zal afnemen, is onzeker. Werknemers zullen vaak willen blijven vliegen en een officieel reisbeleid leidt lang niet altijd tot daadwerkelijke implementatie daarvan.

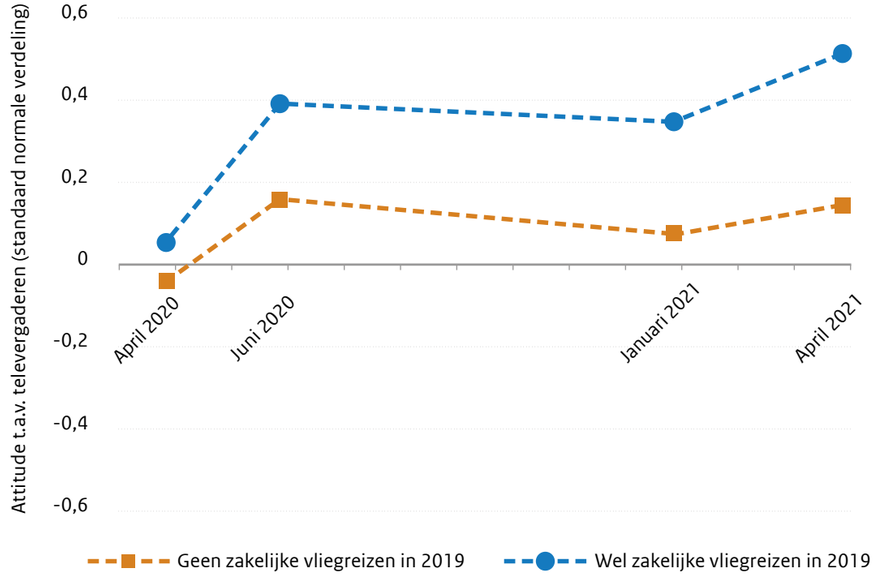
Televergaderen

Eén van de mogelijkheden om minder zakelijk te vliegen is door meer te televergaderen. Door de coronapandemie is hier meer ervaring mee opgedaan. Bovendien is er volop geïnvesteerd in hardware, software en trainingen, waardoor sommige barrières om te gaan televergaderen geslecht zijn.

Televergaderen is echter niet nieuw. Bij veel internationaal opererende organisaties was het televergaderen al gebruikelijk en redelijk ingeburgerd. Televergaderen was ook al gebruikelijker bij internationaal overleg, dan bij overleggen binnen Nederland.



Ontwikkeling in de attitude t.a.v. televergaderen



Televergaderen is lang niet voor alle motieven bij zakelijke reizen relevant. Reparaties, installaties, relocaties, bedrijfsuitjes en koeriersdiensten kunnen niet of lastig online gebeuren. En ook wanneer de activiteit zich in principe wel leent voor een virtueel treffen, kunnen er nog altijd redenen zijn om de voorkeur te geven aan fysieke ontmoetingen.

Op termijn kan meer televergaderen ook meer zakenreizen of reizen over langere afstanden genereren. Dankzij de mogelijkheden van onlinecontact wordt het makkelijker om banden op langere afstanden te onderhouden en komen we met een breder scala aan professionals, cliënten, leveranciers of andere mensen van over de hele wereld in contact.

Dankzij de onlinemogelijkheden wordt tijdens de zakenreis bovendien het gemis van het thuisfront verzacht. Onlinemogelijkheden leiden zelden tot minder reizen, zo blijkt uit de literatuur van voor de coronapandemie. Of corona hier verandering in heeft gebracht, is vooralsnog onbekend.

Wel is de houding ten aanzien van het televergaderen tijdens de corona-pandemie, tussen april 2020 en april 2021, duidelijk positiever geworden. Daarbij zijn de mensen die in 2019 nog zakelijke vliegreizen maakten bovendien positiever dan de rest.

Substitutie door trein

Een andere veelgenoemde idee om het aantal zakelijke vliegreizen te verminderen is substitutie door de trein. Veelal wordt dit als optie gezien voor reizen tot circa 750 km. Dat komt neer op maximaal 35% van de zakenreizen met het vliegtuig. De potentiële klimaatwinst van een dergelijke substitutie moet daarbij niet overschat worden, want korte vluchten zijn verantwoordelijk voor slechts een klein deel van de totale broeikasgasuitstoot door het zakelijke vliegen. De vrijgespeelde capaciteit op de luchthavens, in het geval van een limiet, kan bovendien aangewend worden voor nieuwe vluchten over langere afstanden.





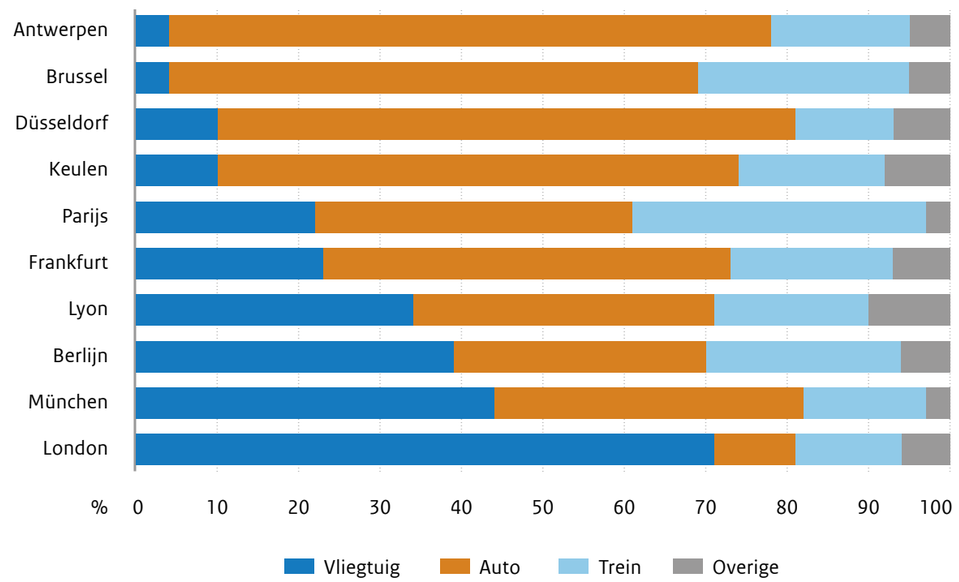
Of de trein op termijn een substantieel deel van de kortere vluchten kan vervangen, is de vraag. Verbeteringen in het internationale treinproduct zijn lastig te realiseren door een gebrek aan middelen; deze vergen immers grote investeringen. Naast geld speelt het grote aantal betrokken partijen een belangrijke belemmerende rol. Nieuwe verbindingen of substantiële reistijdverbeteringen komen hierdoor moeizaam tot stand. Een sterke verbetering van het treinproduct is daarom op korte en middellange termijn niet te verwachten.

De voornaamste concurrent van het vliegtuig is ook niet de trein, maar de auto. Kijken we naar de 10 belangrijkste bestemmingen van NS International, dan blijkt bij 9 van de 10 steden de auto een populairder vervoermiddel te zijn dan de trein. Het aandeel zakenreizigers dat per auto reist, is gemiddeld genomen 2,5 keer zo groot als het aandeel dat de trein neemt bij deze bestemmingen. Omdat het hierbij gaat om de populairste treinbestemmingen, verwachten we een nog groter aandeel voor de auto op andere bestemmingen binnen een straal van 750 km.

Verder valt op dat er op afstanden tot 500 km meer buitenlanders per vliegtuig naar Nederland toekomen dan dat er Nederlanders per vliegtuig naar deze bestemmingen reizen. Dit doet vermoeden dat Nederlanders op deze afstanden al regelmatig uitwijken naar de trein of de auto.

Gevraagd naar de bereidheid om op kortere afstanden de trein te nemen in plaats van het vliegtuig – ook al kost dit meer tijd of geld –, reageert de Nederlandse zakelijke vlieger positiever dan de niet-zakelijke reiziger. Dat komt, zo verwachten wij, niet vanwege een positievere houding ten opzichte van de trein. We zien immers geen positievere houding ten opzichte van de trein bij zakelijke luchtvaartreizigers. Het komt – naar verwachting – eerder doordat er weinig gevlogen wordt voor niet-zakelijke motieven binnen 750 km. Vakantievluchten zijn doorgaans veel langer. Gevraagd naar de bereidheid om de nachttrein te nemen, reageert de zakelijke luchtvaartreiziger niet positiever of negatiever dan de niet-zakelijke luchtvaartreiziger. Ook eventueel beleid dat aan moet sporen om meer met de trein te reizen, kan van beide typen luchtvaartreizigers op evenveel steun rekenen.

Vervoerwijze bij zakenreizen naar populaire bestemmingen met de trein



Verantwoording

Tenzij anders vermeld, gaan de statistieken in deze publicatie over het jaar 2019. Uitgebreide achtergronddocumentatie bij dit onderzoek is beschikbaar op de website van het KiM. Daar treft u informatie over de referenties, gebruikte datasets, gehanteerde modellen en analyses.

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid

www.kimnet.nl
info@kimnet.nl

Postbus 20901 | 2500 EX Den Haag
www.rijksoverheid.nl/ienw

ISBN: 978-90-8902-259-2
November 2021 | KiM-21-A019

Auteurs
Toon Zijlstra
Sytze Rienstra

Vormgeving
Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid