

URL: <http://www.capital.de/unternehmen/100026178.html?mode=print>

PRÄSENTIERT VON



CAPITAL-SERIE Chancen in der Krise

Handy, Blackberry, Festnetz, Computer, Notebook - jeder Durchschnittsmitarbeiter besitzt heute diese technischen Helfer. Und doch sind sie schlechter zu erreichen als früher. Lösungen, die die Arbeit wieder vereinfachen, kritische Entwicklungen aufzeigen und obendrein noch Geld sparen, sind jetzt gefragt. IT-Hersteller reagieren darauf. Wie neue Software die Kommunikation bündeln, mehr Durchblick bieten und Unternehmen flexibler machen soll.

weitere Folgen:

Vom Vielflieger zum Pfennigfuchser

OK



Foto: Getty

Geschäftsreisen

Vom Vielflieger zum Pfennigfuchser

Geschäftsreisen sind teuer, sie machen oft ein Drittel der Betriebskosten aus. Travel-Manager, Reiserichtlinien und Buchungssoftware sind wirkungsvolle Kostenbremsen. Das Problem bei der Umsetzung sind oft die Mitarbeiter selbst. Was sie zum Mitmachen bewegt.

Noch ein neues Programm, noch mehr sparen, noch mehr selber machen. Die Belegschaft murren, und viele Firmenchefs fragen sich, wie sie ihre Mitarbeiter noch motivieren sollen. Die hatten es vorher bequemer: Wer reisen musste, griff zum Telefon und bat das Reisebüro zu buchen. Jetzt heißt es: Einloggen ins Reiseportal, Kästchen ausfüllen, Verbindungen wählen, Kosten vergleichen. Das hält auf, und mit Flug- und Hotelpreisen geben sich die meisten lieber gar nicht erst ab. Auch bei Vorwerk nicht - bis die Kollegen sich bei ihrem Ehrgeiz gepackt fühlten.

Es war ein Wettbewerb, der beim Wuppertaler Staubsaugerhersteller als Ansporn wirkte. Gerhard Kaminski, bei Vorwerk verantwortlich für das Geschäftsreise-Management, hatte die Idee: Wer seine Geschäftsreisen am günstigsten bucht, kann Freiflüge und Hotelübernachtungen gewinnen oder ein schickes Auto am Wochenende fahren. Sein Plan ging auf: "Obwohl unsere Mitarbeiter 350 Flüge mehr gebucht hatten, konnten wir zwölf Prozent unseres Flug-Etats einsparen", erzählt er heute.

Zwei Jahre läuft die Buchungssoftware nun schon im Unternehmen, und mittlerweile ganz selbstverständlich. "Es wird wohl keinen Wettbewerb mehr geben", sagt der Travel-Manager. Der nützliche Nebeneffekt: "Die Kollegen sind enorm kostenbewusst geworden. Sie überlegen genau, ob sie wirklich reisen müssen." Vor allem bei standortübergreifenden Meetings, in der Projektarbeit und bei Präsentationen wählen sie öfter Telefon, Video- und Webkonferenz als Alternative. Und wenn sie aus dem Haus müssen, buchen sie günstig - und vor allem online. "Die Online-Rate ist in den letzten Monaten auf über 60 Prozent gestiegen", sagt Kaminski.

Keine Gebühren fürs Reisebüro

Die Deutschen sind beruflich viel auf Achse: "Geschäftsreisen machen häufig mit rund 30 Prozent der Betriebskosten den drittgrößten Kostenblock im Unternehmen aus, direkt nach Gehältern und Datenverarbeitung", berichtet Sebastian von Stein, Travel-Management-Berater aus Hamburg. Unternehmen hierzulande geben 47 Milliarden Euro für Flüge, Mietautos, Bahnfahrten und Hotelübernachtungen aus, rechnete der VDR (Verband Deutsches Reisemanagement) für 2008 aus. Bei solchen Summen lohne es sich, das Reisemanagement zu professionalisieren, betont VDR-Präsident Dirk Gerdorf. Firmen sollten elektronische Buchungs- und Abrechnungssysteme einführen und einen Reisebüropartner beauftragen, rät Gerdorf. Er selbst verantwortet als Travel-Manager beim Software-Riesen SAP in Walldorf die Buchung und Planung von Geschäftsreisen.

Um ihre Reisen zu organisieren, nutzen die Mitarbeiter Online-Tools, die ins Intranet der Unternehmen integriert sind. Gebucht wird über Eingabemaschinen. Dabei geben Travel-Manager wie Gerhard Kaminski keinesfalls das Zepher aus der Hand: Sie legen Reiserichtlinien fest, die gleich im System wirken. So zeigt das Programm nur Fluggesellschaften, Hotels und Autovermieter, mit denen die Firma besondere Konditionen und Raten ausgehandelt hat. Wichtig dabei: Auch die Kosten für die Planung, Durchführung und Abrechnung sinken, wenn kein Reisebüro mehr Gebühren kassiert. So lässt sich bis zu einem Viertel der direkten Reisekosten sparen und die Hälfte bei den Prozesskosten.

Hotline bei Problemen

Unternehmen haben die Wahl, entweder eigene Software direkt auf ihren Servern zu installieren oder diese als Mietsoftware via Internet zu beziehen. Anbieter der Programme sind etwa die IFAO Group, KDS Deutschland, Get There, Amadeus oder Cologne Systems. "Eigene Online-Buchungstools kosten zwischen 800 und 900 Euro im Monat, dazu kommen noch Anfangsinvestition von rund 2000 Euro", gibt Sebastian von Stein zu bedenken. Für mittelständische Unternehmen lohne sich diese Investition nur bei einem Reiseaufkommen ab 100 Flugtickets im Monat.

Weit günstiger ist in der Regel eine Software, die der Reisebüro-Partner im Internet zur Verfügung stellt. Das bieten alle großen Ketten wie American Express International/First Business Travel, BCD Travel Germany, Carlson Wagonlit Travel, Derpart Reisevertrieb, FCM DER Travel Solutions, HRG Germany oder Lufthansa City Center. Und wer Probleme hat bei einer komplizierten Buchung, zum Beispiel mit Gabelflügen oder Zwischenstopps, zieht dann doch die Reiseprofis telefonisch zu Rate. Die Gebühren dafür werden individuell verhandelt.

Mitarbeiter in die Planung einbinden

"Einfache Reisen können unsere Mitarbeiter oder deren Assistentinnen nach einer kurzen Einführung selbst via Internet buchen", erklärt Sabrina Weidner, Travel-Managerin beim Göttinger Technologiekonzern Sartorius. Darunter fallen Standardbuchungen per Bahn oder einfache Punkt-zu-Punkt-Flüge. "Das ist ohne Rückfragen in wenigen Minuten erledigt", sagt Weidner. Von den deutschlandweit rund 2300 Mitarbeitern reist knapp die Hälfte regelmäßig innerhalb der Landesgrenzen, aber auch zu Kunden und Niederlassungen weltweit. Seit fünf Jahren nutzt der Konzern die Software von BCD Travel. Insgesamt belief sich das Reisevolumen von Sartorius im letzten Jahr auf rund 2,3 Millionen Euro. "Mit dem Online-Tool sparen wir zwischen 20 und 50 Prozent der üblichen Buchungsgebühren", sagt die Travel-Managerin.

Doch so einfach ist der Spareffekt nicht. "Vor der Wahl einer Online-Buchungssoftware sollten Unternehmen ihr Reiseverhalten genau analysieren und eine Ausschreibung mit klar formulierten Anforderungen starten", rät von Stein. "Genauso wichtig ist die Akzeptanz bei den Mitarbeitern und wie häufig sie online buchen." Daher sei es wichtig, die Mitarbeiter schon bei der Planung ins Boot zu holen. Travel Manager müssen Überzeugungsarbeit leisten - oder, wie Vorwerk es vormachte, einen sportlichen Anreiz schaffen, mit Aussicht auf Freiflüge oder auf ein Wochenende im Mercedes SLK.

© 1999 - 2009 capital
