



Immer mehr Unternehmen schicken ihre Mitarbeiter mit Billigfliegern auf Geschäftsreise.

Raus aus dem Blindflug

Mittelständische Unternehmen verschenken bei ihren Reisekosten bares Geld. Dabei amortisieren sich Investitionen in ein professionelles Travel-Management sehr schnell. Kleinere und mittlere Firmen haben aufgrund ihrer Flexibilität oft gar Einkaufsvorteile gegenüber Großunternehmen.

Text _ Martin Jahrfeld

In einer zunehmend globalisierten Wirtschaft muss auch der deutsche Mittelstand im Ausland verstärkt Flagge zeigen – eine Entwicklung, die sich zunehmend im Geschäftsreisevolumen kleinerer und mittlerer Unternehmen widerspiegelt. Nahezu die Hälfte aller Geschäftsreiseflüge mittelständischer Firmen führt inzwischen ins Ausland, wobei auch Fernreisen mehr und mehr zum Alltag der Mitarbeiter zählen. Gleichgültig ob Messeauftritte in den USA, die Intensivierung der Kontakte zu Kunden in den neuen EU-Ländern oder der Aufbau von Geschäftsbeziehungen in den rasant wachsenden Märkten der Volksrepublik China – ohne Präsenz vor Ort lassen sich viele dieser Aufgaben nicht bewältigen. Doch nicht nur Auslandsreisen gewinnen an Bedeutung, auch der Geschäftsreiseverkehr inner-

halb Deutschlands hat sich infolge der guten Binnenkonjunktur intensiviert. Mittelständler sollten sich von wachsenden Umsatzzahlen nicht den Blick trüben lassen. Bei den Geschäftsreisen haben viele Chefs die Kosten ihres Hauses nicht im Griff. Laut Geschäftsreiseanalyse 2006 des Verbands Deutsches Reise-management (VDR) verzeichnen insbesondere Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern steigende Kosten.

Kein Überblick über Reisekosten

Die durchschnittlichen Reiseausgaben dieser Unternehmen stiegen um 15.000 Euro auf 114.000 Euro. Im Vergleich dazu hielten Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern ihre Ausgaben einigermaßen stabil, während Großunternehmen ihre Aufwendungen sogar leicht senken

konnten. Die zum Teil steigenden Preise in der Reisebranche – Kerosinzuschläge, höhere Hoteltarife, Reisebüro-Servicegebühren – gehen somit überproportional zulasten der Kleinen.

Die mangelnde Aufmerksamkeit gegenüber Reisekosten hat in vielen mittelständischen Unternehmen Tradition. Travel-Management erschien in der Vergangenheit nicht besonders lohnenswert. Reiseleistungen wurden im Reisebüro oder direkt bei den Anbietern gebucht – ob man dabei einige hundert Euro sparen konnte, schien nicht vorrangig. Auch Verhandlungen galten aufgrund des geringen Volumens als zu aufwändig. »Bei vielen kleineren Firmen werden die Ausgaben für Reisekosten immer noch als gottgegeben angesehen«, registriert Travel-Management-Experte Hans Lehrburger von HLC Consulting.

Seit sich das Reisevolumen infolge boomender Konjunktur ausweitet, macht sich diese Ignoranz schmerzlich bemerkbar: »Viele Unternehmen haben die Organisation ihrer Reisekosten der

MEHR ZUM THEMA bietet die Arbeitshilfe: »Geschäftsreisen optimal organisieren«

www.acquisa.de/premium

veränderten Lage noch nicht angepasst. Ergebnis ist ein oftmals unkoordiniertes Reisen, was zu noch höheren Reisekosten führt«, beobachtet Travel-Management-Berater Andreas Wilbers von Wilbers Consulting. Der Experte schätzt, dass jeder zweite Mittelständler seine Reisebuchungs- und Abrechnungsprozesse bisher nicht optimiert hat. Sein Kollege Sebastian von Stein (Reiseoptimierung.de) schätzt den Anteil sogar auf 60 bis 65 Prozent. »In Sachen Reisekosten herrscht oft völliger Blindflug. Es besteht kein Überblick, wie viel Geld tatsächlich ausgegeben wird.« Dabei zeigen die großen Firmen seit

Langem, dass bereits halbwegs professionelles Travel-Management sich rechnet: Die Mehrheit unter ihnen konnte die Reiseausgaben in den vergangenen zwei Jahren spürbar senken. Laut VDR haben im vergangenen Jahr etwa 38 Prozent aller Travel-Manager die Reisekosten um mindestens 20 Prozent reduziert.

Profis drücken die Reisekosten

Im Mittelstand hingegen ist die Personalverantwortung für das Reisemanagement meist unscharf definiert. Oft existiert keine eigene Reisedienststelle. Hotels und Flüge werden von Sekretärinnen nebenbei gebucht. »Fragt man in Unternehmen nach, erhält man oft vage Antworten und wird an Geschäftsleitung, Sekretariate, Marketing, Einkauf oder Personalabteilung verwiesen«, berichtet Travel-Management-Berater Andreas W. Schulz. Die Folgen dieser fehlenden Zuständigkeiten sind fatal: »Weil man keine Zeit aufbringen möchte, aber häufig auch Angst davor hat, sich mit neuen Lösungen auseinanderzusetzen, bleiben die Vorteile, die etwa Onli- [...

→ FLÜGE BILLIG IST NICHT IMMER BESSER

Für 29 Euro nach London, für 35 Euro nach Madrid, für 19 Euro nach Mailand – die günstigen Tarife der Billigflieger sind auch für Geschäftsreisende verlockend.

Laut VDR lässt mittlerweile nahezu jedes zweite deutsche Unternehmen seine Mitarbeiter mit Easyjet, Ryanair, HLX, Germanwings & Co. fliegen. Doch mit der wachsenden Zahl der Airlines und Tarife vermindert sich auch die Transparenz des Flugmarkts. Was ist wirklich günstig? Was nur auf den ersten Blick? Und was ist wirklich angemessen für die jeweilige Geschäftsreise? »Flugreisen werden immer komplexer. Entsprechend müssen die Reservierungen auf die Bedürfnisse der Reisenden abgestimmt werden«, betont Flugtarif-Experte Andreas W. Schulz. Wer die Spielregeln kennt, kann auf dem Low-Cost-Carrier-Markt erheb-

liche Preisvorteile erzielen: »Kombinationen von tagesaktuellen Preisen mit verhandelten Firmensonderraten, die flexibel, aber etwas teurer sind, gehören heute zum Standardprogramm vieler Low-Cost-Airlines, besonders bei den bekannten deutschen Anbietern. Durch geschicktes »asymmetrisches Buchen«, die Kombination verschiedener One-Way-Tarife, können hohe Einsparungen gepaart mit Reiseflexibilität erzielt werden«, empfiehlt der Experte. Low-Cost-Carrier sind dabei nicht immer erste Wahl. »Nicht alles was billig ist, ist auch automatisch gut für das Geschäftsreisemanagement«, gibt Schulz zu bedenken. Denn der günstige Flugpreis relativiert sich schnell, wenn der Reisende von einem abgelegenen Flughafen noch ein teures Taxi buchen oder aufgrund starrer Flugzeiten noch eine Hotelübernachtung in Kauf nehmen muss.



hotel.de ist ein kostenloser Online-Hotelreservierungsservice. Firmen- und Privatkunden buchen über hotel.de 180.000 Hotels aller Kategorien weltweit zu tagesaktuellen Vorzugspreisen.

Mit uns
schlafen Sie
weltweit
günstiger

[www.hotel.de]

hotel.de[®]
einfach günstiger buchen

hotel.de AG
Niederlassung Nürnberg
Hugo-Junkers-Str. 9
90411 Nürnberg
fon 0800-4000450 (freecall)
fax +49 (0) 911-59832-11
business@hotel.de
www.hotel.de

INTERVIEW »TARIFDSCHUNDEL DURCHFORSTEN«

Worauf sollten Travel-Manager in kleineren Unternehmen achten? Sie müssen sich die volle Unterstützung der Geschäftsleitung holen. Außerdem brauchen sie klar und kurz formulierte Reiserichtlinien, die gut kommuniziert werden, damit die Mitarbeiter sie nicht nur als »Vorschlag« ansehen. Schließlich ist die Einführung von Firmenkreditkarten sinnvoll. Man sollte sich intensiv mit diesem Thema auseinandersetzen, insbesondere bei der Auswahl der Karte und des ausgebenden Instituts.

Ab wann lohnen sich Investitionen in eine eigene Buchungs-Software? Meiner Erfahrung nach lohnt sich der Einsatz im Mittelstand in der Regel nicht. Die Anfangsinvestition von 1.500 bis 2.000 Euro sowie die monatlichen Kosten zwischen 600 und 900 Euro wiegen die Ersparnis bei der Ticketbeschaffung niemals auf. Es stellt sich jedoch die Frage, ob ein Unternehmen seine Reisen lieber persönlich im Reisebüro oder mittels einer Online-Booking-Engine buchen möchte. Dies hängt stark von der Mentalität in der Firma ab.

Welche externe Hilfe ist ratsam?

Ein Berater kann helfen, den Tarifdschungel zu durchforsten und Transparenz in den unüberschaubaren Reisemarkt zu bringen. Ideal ist eine langfristige Zusammenarbeit, bei welcher der Berater jährlich in das Unternehmen kommt und schaut, ob die beschlossenen Maßnahmen und Stellschrauben noch sinnvoll sind.



»KLARE REISERICHTLINIEN SIND WICHTIG.«

SEBASTIAN VON STEIN, Travel-Management-Berater bei Reiseoptimierung.de.

Was gilt es bei der Kooperation mit Reisebüros zu beachten?

Meine Empfehlung lautet eindeutig, dass kleinere und mittlere Firmen mit mittelständischen Reisebüros zusammenarbeiten sollten, da sich diese gegenseitig einfach besser verstehen. Mittelständler wollen auch meist nicht in einem Call-Center abgefertigt werden, sondern legen Wert auf eine individuelle Betreuung. Dafür sind sie auch gerne bereit, ein wenig mehr an Servicegebühren an das Reisebüro zu zahlen.

ne-Systeme offerieren, ungenutzt«, beobachtet Wibke Garbarukow, Sprecherin des Buchungsportals hotel.de. Die Sparpotenziale sind enorm, wie bereits ein Blick auf das Gesamtvolumen des Markts verdeutlicht: Über 150 Millionen Geschäftsreisen im Gesamtwert von mehr als 46 Milliarden Euro wurden zu 85 Prozent von Mittelständlern und nur zu 15 Prozent von Großkonzernen bezahlt. »Selbst wenn man Travel-Management nur halbherzig durchführt, lässt sich dieser Kostenblock nachhaltig um zehn Prozent senken«, glaubt Lehrburger. Bei entsprechender Professionalisierung ist noch deutlich mehr drin. Dazu jedoch bedarf es einer klar definierten Personalstelle, die verbindliche Direktiven erarbeitet und aktiv steuert. Um einmal getroffenen Entscheidungen die nötige Umsetzungsvollmacht zu geben, sollten Travel-Manager auch auf die Rückendeckung der Geschäftsleitung rechnen können. »Dies ist umso wichtiger, als dass die Positionen häufig von Frauen aus ehemaligen Sekretariats-

positionen übernommen werden. Deren Autorität wird nicht immer automatisch akzeptiert«, betont Andrea Zimmermann von der Darmstädter Travel-Management-Beratung btm4u. Sind die Zuständigkeiten geklärt, sollte das Travel-Management zunächst ein Reporting für die Reisekosten entwickeln. Unterstützung hierbei liefern Geschäftsreisebüros oder Kreditkartensysteme.

MEHR ZUM THEMA bietet die Arbeitshilfe: »Reisekostenabrechnung erstellen«



Aus beiden Datenquellen erhält das Unternehmen detaillierte Auswertungen, die Aussagen zu Flug, Hotel, Bahn und Mietwagen erlauben. Anhand einer anschließenden Analyse der Daten lässt sich überprüfen, ob Änderungen an den Reiserichtlinien vorteilhaft sein können. »Wir empfehlen, zunächst die gesamte Prozesskette von der Reisepla-

nung über die Buchung bis hin zur Reisekostenabrechnung zu durchleuchten. Häufig sind Prozesse wie aufwändige Antragsverfahren aus der Historie entstanden. Das Abschneiden dieser alten Zöpfe ist monetär nicht unbedingt spürbar, verschlankt den Prozessablauf aber erheblich«, rät Beraterin Liane Feisel von Feisel Consulting.

Rabatte und Boni aushandeln

In einem weiteren Schritt empfiehlt sich die Überprüfung der Einkaufskonditionen. Wer sein Reisevolumen auf einige wenige Partner konzentriert, kann in der Regel Einsparungen erzielen. Für international agierende Unternehmen kann es sich lohnen, Hotelbuchungen und andere Leistungen über lokale Partner im Zielgebiet zu buchen. Diese können oft auf die lokal günstigen Raten zugreifen. »Dabei haben kleinere und mittlere Firmen aufgrund ihrer Flexibilität manchmal sogar Einkaufsvorteile gegenüber Großunternehmen«, berich-

tet Wilbers. Wenn die Bestandsaufnahme zu veränderten Reiserichtlinien führt, müssen diese gegenüber den Mitarbeitern angemessen kommuniziert werden.

Neue Regeln sollten für alle Geschäftsreisenden verbindlich gelten – einschließlich der Unternehmensspitze. Nur was vorgelebt wird, wirkt auch glaubwürdig. Beraterin Zimmermann warnt jedoch davor, Mitarbeiter mit überzogenen Reglements zu brüskieren. »Die Erfahrungen auf Geschäftsreisen haben größten Einfluss auf Motivation oder Demotivation eines Mitarbeiters.« Wer beim Sparen übers Ziel hinausschießt, frustriert seine Leute.

redaktion@acquisa.de

•]

→ HOTELS FLEXIBEL BUCHEN

Kein Anbieter in der Reisebranche wechselt die Tarife so schnell wie die Hotellerie – manche sogar mehrmals täglich. Kunden, die Geld sparen wollen, müssen den Markt im Blick behalten und rasch reagieren.

Geschäftskunden, die die Preise auf Basis von festen Hotelverträgen aushandeln, haben häufig das Nachsehen. Wer die Übernachtungen für seine Mitarbeiter über Hotelp portale wie hotel.de und HRS bucht, erzielt meist günstigere Tarife. »Mit hotel.de spart der Firmenkunde durchschnittlich 40 Prozent im Vergleich zu anderen Buchungswegen«, sagt Unternehmenssprecherin Heike Garbarukow. Die Ersparnisse resultierten aus den Firmen-Sonderraten, die infolge eines hohen Buchungsvolumens speziell für Geschäftskunden akquiriert würden. Doch das Internet bietet längst nicht die Garantie für den günstigsten Tarif. Nicht jede Preisänderung der Hotels ist immer sofort auch in den Portalen präsent. Und bisweilen haben Reisebüros, die eigene Konditionen für ihre Kunden aushandeln, die besseren Angebote auf Lager. Unternehmen, die alle Kanäle im Blick behalten wollen, sollten über Investitionen in eine eigene Online-Buchungsmaschine nachdenken, mittels derer sämtliche Angebote analysiert und verglichen werden. Ob sich eine solche Anschaffung lohnt, kann nur im Einzelfall entschieden werden.

An Sparanreizen dürfte es indessen nicht mangeln: Laut einer Untersuchung von Hogg Robinson Group (HRG) sind die durchschnittlichen Hotelpreise im vergangenen Jahr weltweit drastisch gestiegen, wobei die Tarife in Deutschland mit fünf Prozent noch relativ moderat zulegten. In der teuersten deutschen Hotelstadt Frankfurt stiegen die Preise von 181 auf 194 Euro (plus sieben Prozent). Die Mainmetropole liegt damit weltweit auf dem 19. Platz. Spitzenreiter ist Moskau, wo der Durchschnittspreis um 25 Prozent von 260 auf 325 Euro pro Übernachtung anstieg.



Weltneuheit!

Direktbuchung für Tagungen.

HRS bietet Ihnen im Bereich Tagungen schnell, effizient und kostenfrei:

- Online-Direktbuchung für Tagungen
- Teilnehmermanagement
- schnelle Übersicht von Tagungshotels
- gute Vergleichbarkeit von Tagungsangeboten
- Kostentransparenz
- Buchung von Seminarreihen
- Statistiken



HRS.de

Die Nr. 1 für Hotelreservierungen.

+49 (0)2 21 / 20 77-300

Besuchen Sie uns
auf der ITB: Halle 9,
Stand 226.

HRS
**HOTEL
RESERVATION
SERVICE**