

31.08.2004 - 15:10 Uhr

Geschäftsreisekosten der Unternehmen stehen auf dem Prüfstand - Wegfall der Lufthansa Ticket-Provisionen am 1. September verschärft den Handlungsdruck

Zürich (ots) -

Grosse Unternehmen erwarten, dass sich ihre Kosten für Geschäftsreisen in den nächsten Jahren um etwa zehn Prozent senken lassen. Dies zeigen Interviews der Management- und IT-Beratung Capgemini mit 24 Travel Managern deutscher und schweizerischer Unternehmen. Erreicht werden soll dieses Ziel vor allem durch die Harmonisierung der Travel Management-Strukturen und Prozesse in Richtung von 'Shared Service Centern', dem Ausbau von Online-Buchungsplattformen um Transaktionskosten zu senken sowie einer deutlich erhöhten Transparenz über die detaillierten Dienstreise-Aufwendungen aller Unternehmensbereiche. Auch verschärft angewendete Reiserichtlinien mit definierten Leistungserbringern wie z.B. Hotels oder Airlines bilden eine wichtige Komponente. "Sie sehen vermehrt Flüge mit 'Billigfluglinien' und Buchung von Internettarifen vor", so Fabian Frohn, Principal bei Capgemini. "Die stärkere Transparenz der Reisevolumina und -strukturen, gerade bei global agierenden Unternehmen, bietet zum einen eine verbesserte Verhandlungsposition gegenüber Leistungserbringern. Zum anderen wird es in Zusammenarbeit mit dem Reisebüropartner möglich, Reisevolumen gezielt zu steuern und das Potenzial der dynamischen Marktveränderungen wie zum Beispiel neue Anbieter oder Internet-Angebote auszunutzen". Dem schon jetzt in vielen Unternehmen vorhandenen Travel Management kommt dabei eine steigende Bedeutung zu, meinen rund drei Viertel der Befragten.

Abbau der Ticket-Provisionen erfordert neue Vergütungsmodelle

Ab 1. September 2004 zahlt die Lufthansa keine Ticketprovisionen mehr an Reisbüros. Künftig müssen diese selbst ein Serviceentgelt beim Ticketverkauf aufschlagen, um den Verlust der Airline-Provision zu kompensieren - mit dem Risiko, dass Kunden, die derartige Gebühren noch nicht kennen bzw. akzeptieren, verloren gehen. Anders im Geschäftsreisesektor: Hier war es bei entsprechendem Reiseaufkommen bislang übliche Praxis, dass Geschäftsreisen über ein vertraglich gebundenes Firmenreisebüro gebucht wurden. Das Reisebüro wurde für seine Leistungen vom Unternehmen bezahlt und reichte im Gegenzug die Provisionen der Fluggesellschaften für Tickets an den Auftraggeber weiter. "In den meisten Fällen wurden so auf Unternehmensseite die Kosten für das Reisebüro gedeckt, manchmal sogar überkompensiert", so Frohn. "Da andere Fluggesellschaften in der nächsten Zeit voraussichtlich dem Beispiel der Lufthansa folgen werden, müssen sich Unternehmen und deren Reisebüros Gedanken über neue, transaktionsorientierte Vergütungsmodelle machen." Zusätzlich sollte der Reisebüro-Partner stärker als bisher für die Optimierung der Geschäftsreisekosten in die Pflicht genommen werden. Hierbei werden variable, erfolgsbasierte Komponenten in das Transaktionspreismodell integriert, anhand derer das Erreichen festgelegter Ziele wie z.B. Nutzung von Billigfluglinien bzw. dynamischen Marktangeboten, Einhaltung von Reiserichtlinien oder die Höhe des Online-Buchungsanteils gemessen und vergütet wird. Für die meisten Unternehmen und Reisebüros ist dies jedoch noch Neuland.

Geschäftsreisebüros bekommen eine neue Rolle

Über den aktuellen Provisionswegfall hinaus ist das traditionelle Geschäftsmodell von Reisebüros auch einem harten Wettbewerb seitens der Leistungserbringer selbst sowie durch Online-Anbieter ausgesetzt. So stimmen 92 Prozent der Travel Manager der Aussage zu, dass Fluglinien und auch Bahn stärker als bisher Reisen mittels

etablierter Online-Buchungsplattformen direkt an Geschäftsreisende verkaufen werden. Unentschlossen sind die Befragten, ob die bislang im Privatkundenbereich tätigen Online-Buchungsanbieter selbst den Markt für Geschäftskunden entdecken und spezielle Angebote entwickeln werden. Drei Viertel sind jedoch der Ansicht, dass die Reisebürokonkurrenz aus dem Internet, wenn nicht die Zielgruppe, so zumindest ihr Serviceangebot erweitern wird. Künftig werden über den reinen Buchungsvorgang hinaus auch Online-Ticketdienste, Zahlungsabwicklung und Rechnungsstellung angeboten werden. "Hier erwächst den Reisebüros eine deutliche Konkurrenz", so Fabian Frohn. "Eine Lösung könnte ein Ausbau der Beratungskompetenz darstellen." So sehen dies auch die Travel Manager. Mit deutlich überwiegender Mehrheit stimmen sie der Aussage zu, Reisebüros sollten verstärkt beraten und Reisevorgänge aktiv steuern, während der reine Transaktionsvorgang an Bedeutung verliert.

Auszüge der Studie unter:

<http://www.ch.capgemini.com/servlet/PB/menu/1432797/index.html>

Kontakt:

Capgemini

Thomas Becker

Pressesprecher

World Trade Center

Leutschenbachstrasse 95

8050 Zürich

Tel. +49/30/88703-730

Fax +49/30/88703-739

E-Mail: thomas.becker@capgemini.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100478787> abgerufen werden.