



Travel Management - Outsourcing mit Gewinn

Mehr als 18,5 Milliarden € geben deutsche Unternehmen jährlich für Beförderungs- und Übernachtungsleistungen bei Dienstreisen ihrer Mitarbeiter aus. Das sind im Schnitt etwa zwei bis drei Prozent des Umsatzes. Kosten, die sich in der Bilanz eines Unternehmens unangenehm bemerkbar machen, die so jedoch nicht nötig wären.

Folgerichtig haben in den vergangenen Jahren immer mehr Großunternehmen Travel Manager eingesetzt. Spezialisten, deren Aufgabengebiet letztlich die Reduzierung dieses erheblichen Kostenfaktors ist. Kleine und mittlere Unternehmen, sehen sich den steigenden Reisekosten häufig hilflos ausgeliefert. Sie verursachen zwar ca. 85 Prozent der oben genannten Kosten bundesweit, haben jedoch, jeder für sich genommen, weder die Einkaufskapazitäten noch das Know-how mit Reisebüros und Leistungsträgern selbstbewußt zu verhandeln.

Viel zu wenig bekannt ist nach wie vor, daß derlei Dienstleistungen längst auf dem freien Markt angeboten werden und damit auch kleineren und mittleren Unternehmen zugänglich sind.

Spannungsfeld Dienstreise

Jeder kennt die unterschiedlichen Anforderungen, die rund um das Thema „Dienstreisen“ formuliert werden: Im Unternehmen steht **für die Mitarbeiter** der höchstmögliche **Komfort** während der Reise im Mittelpunkt. Die Sekretariate - oder wer sonst immer die Buchungen vornimmt - erwarten **einfache und zeitsparende Buchungsmöglichkeiten**, am besten **aus einer Hand**. Für das Management liegt der Schwerpunkt des Interesses jedoch vor allem darin, die **Reisekosten niedrig** zu halten. Ein **einfaches und übersichtliches Controlling** ist gefragt.

Die Reisebüros berechnen für ihre Dienstleistungen Servicegebühren.

Die Leistungsträger - also Fluggesellschaften, Mietwagenunternehmen, Hotels etc. - legen ihr Hauptinteresse auf die optimale Auslastung ihrer Kapazitäten und natürlich auf eine möglichst langfristige Kundenbindung. Die „Miles & more's“ dieser Welt laufen jedoch in vielen Fällen den Interessen der Firmen entgegen.

Dieses Spannungsfeld und die scheinbare Einflußlosigkeit kleinerer und mittlerer Unternehmen in diesem schnell wachsenden Markt, führt häufig zu einer resignativen Haltung, die die Höhe der Kosten zwar nicht als unvermeidlich aber zumindest ihr Controlling als undurchdringbaren Dschungel erscheinen läßt.

Wie werden Reisekosten transparenter?

Sicher, es gibt vielfältige Angebote unterschiedlicher Dienstleister rund um den Reisesektor, die den Unternehmen helfen sollen, ihre Reisekosten transparenter zu machen und letztlich auch zu senken. Solche Maßnahmen bleiben jedoch nur von fragmentarischem Nutzen, wenn sie nicht innerhalb des Unternehmens in ein Gesamtkonzept eingebettet und konsequent durchgesetzt werden.

Viele Kreditkartengesellschaften zeigen Prozesse auf, mit deren Hilfe interne Abwicklungskosten reduziert werden können - aber wer führt sie ein?

Reisebüros nehmen für sich in Anspruch, die Ausgaben für Flugreisen zu reduzieren. „Kreatives Ticketing“ ist eines der viel ge- und häufig mißbrauchten Schlagworte. Ohne die Bereitschaft des Mitarbeiters, sich in seiner Reiseplanung auf solche Angebote einzustellen, bleiben diese jedoch nutzlos. Wer aber fühlt sich für das „Mind-Setting“ bei den Mitarbeitern verantwortlich?

Überhaupt: Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit dem Reisebüros wirklich? Nutzt der Dienstleister die Möglichkeiten des Marktes durchgängig? Hat es Zugang zu den günstigsten auf dem Markt durchsetzbaren Hotelpreisen? **Wer kann in einem Unternehmen die Effizienz des Reisebüros wirklich einschätzen und bewerten;** beziehen doch die Kostenverantwortlichen ihr Wissen in puncto „Reisen“ meistens auch nur aus den eigenen Erfahrungen. Wer leistet ihnen da Hilfestellung? **Spart der Einsatz eines Onlinebuchungssystem bares Geld?** Wenn ja, wie viel wird das pro Jahr sein? Welches System ist das richtige für das Unternehmen? Wie wird es eingeführt?

Travel Manager - unabhängige Fachleute für den Geschäftsreiseverkehr

Hier braucht es wirklich den unabhängigen Fachmann für den Geschäftsreiseverkehr, neudeutsch, den Travel Manager. Er behält die Interessen des Unternehmens im Auge. Er bietet dem Unternehmenscontrolling verlässliche Aussagen über die Effizienz der Reisebüroleistung und zieht Quervergleiche. Er liefert dem Einkauf objektive Antworten im Hinblick auf geschlossene Abkommen.

Ein Travel Manager steht für die **ganzheitliche Betrachtungsweise** des Zusammenspiels. Er hat eine Steuerungs- und Koordinierungsfunktion zwischen Richtlinien, Beschaffung, Abrechnung, Einkauf und Controlling im Geschäftsreiseverkehr. Ziel dieser Aufgabe ist eine Minimierung der Reisekosten durch eine effiziente und effektive Leistungsverbesserung innerhalb dieser Funktionen. Er handelt also im Interesse des Unternehmens. Daher ist eine Unabhängigkeit von Mittlern und Leistungsträgern unabdingbar.

Es ist unschwer zu erkennen, daß für die Ausübung einer solchen Aufgabe jede Menge fachliches Know-how - gebündelt mit einem permanenten Update des Wissens - vorhanden sein muß. Dies ist die Aufgabe von Spezialisten, deren Kenntnisse neben den Vorgängen und Entwicklungen in der Reisebranche auch das Grundwissen der Datenverarbeitung und des Steuerrechts umfassen soll. Die Vorteile eines Onlinebuchungssystems (z.B. cytric) muss einem Travel Manager ebenso geläufig sein wie die Behandlung von steuerpflichtigen und steuerfreien Anteilen einer Reisekostenabrechnung oder das Wissen um die Möglichkeiten, ausländische Umsatzsteuer erstattet zu bekommen.

Reisekosten sparen ist leicht - wenn man weiß wie?

Hier seien nur einige Beispiele erwähnt:

Konsequente Nutzung des Yield Managements. Die Optimierung bei der Auslastung vorhandener Kapazität - insbesondere im Hotel- und Flugbereich - sorgt für „Sonderangebote“ (Marktpreise), welche über die „Global Distribution Systeme“ dieser Welt in Sekundenschnelle über den Erdball verbreitet werden. Sie müssen nur wahrgenommen werden. In vielen Fällen können für bestimmte Ziele **low cost Airlines** genutzt werden.

Die Nutzung von **Mietwagen** ab einer bestimmten Kilometerzahl pro Tag eliminiert die Zahlung von Kilometergeld für die Nutzung des privaten Pkws.

Der Einsatz von intelligenten **Kreditkartensystemen** führt zu einer erheblichen Verringerung interner Prozesse und einer Eindämmung des **Vorschuß(un)wesens**.

Für einen Nichtfachmann lesen sich viele dieser Begriffe wie böhmische Dörfer. Daher konnten auch bislang nur wenige große Unternehmen, durch den Einsatz des entsprechenden Know-hows solche Maßnahmen konsequent in ihren Betrieben umsetzen. Die Beschäftigung eines eigenen, fachlich geschulten Mitarbeiters, eines hausinternen Travel Managers lohnt sich für ein Unternehmen frühestens ab ca. 6 Millionen € Ausgaben für pro Jahr für Reisekosten insgesamt, d.h. incl. Beförderungsleistungen, Hotelkosten und Spesen aller Art.

HLC Consulting+Software, seit 1988 ausschließlich in dem Spezialsegment „Business Travel“ tätig bietet das vorhandene tiefe Know-how auch kleinen und mittleren Unternehmen an, natürlich ebenfalls großen Unternehmen die artfremde Dienstleistungen konsequent outsourcen. Die Kosten für einen solchen Berater wurden durch die Einsparungen in den betrieblichen Reisekosten oft um das Vielfache wieder wettgemacht.

Was bietet Ihnen unser Haus?

Die Dienstleistung „Unabhängiges Travel Management“ wird im im Rahmen eines Pauschalpreis abgerechnet. Die Einzelleistungen sind in einer Art Baukastensystem aufgebaut und abrufbar.

1. Dem Auftraggeber werden umfangreiche **Consultingleistung** zu allen Fragen des Travel Managements angeboten.
2. Für aktuelle Fragen im Travel Management steht eine **Hotline** bereit.
3. Das Unternehmen wird regelmäßig über Veränderungen im Reisemarkt auf der Anbieter- und Mittlereite informiert. Diese **Informationen** sind dabei gezielt auf das Unternehmen abgestimmt.
4. HLC übernimmt auch die Controllingaufgaben im Rahmen der Reisekostenabrechnung.

Die Dienstleistungen gehen also weit über das eigentliche Consulting hinaus.

Travel Management muss - wie der Name schon sagt - wirklich auch das Management, also die Umsetzung der Maßnahmen mit einbeziehen. Wer glaubt, sich durch eine ein- oder auch mehrmalige Beratung selbst zum Fachmann machen zu können, wird wohl scheitern. Zu schnell verändert sich der Reisemarkt und zu vielfältig sind die Aufgaben.

Generelle Aussagen über den Preis dieser wichtigen und kostensenkenden Dienstleistung für Unternehmen lassen sich pauschal nicht treffen, da die Dienstleistungen im Einzelnen auf die Bedürfnisse der jeweiligen Auftraggeber zugeschnitten werden. Im Allgemeinen orientieren sich die Kosten am Gesamtvolumen der Reisekosten, die das Unternehmen aufwendet.

Bitte fordern Sie ein persönliches - auf Ihr Unternehmen zugeschnittenes Angebot - an.