



Corporate Travel Update Oktober/2002

Themen:

- **Einkauf von Flugverträgen**
- **Low cost carrier**
- **Neu gestaltete Homepage von CTC**

Einkauf von Flugverträgen

Auch Flugvolumen sollte von Unternehmen in Zukunft ausgeschrieben werden. Nur eine aktive Rolle im Gesamtprozess, von der Ausschreibung über die Verhandlung und Steuerung bis zur Umsetzung, garantiert ein optimales Einkaufsergebnis.

Alljährlich stehen im letzten Quartal des Jahres die Verhandlungen neuer Rahmenvereinbarungen mit Hotels, Mietwagen- und Fluggesellschaften an. In den Bereichen Hotel und Mietwagen erfolgt dies zunehmend in Form einer Ausschreibung. Hierdurch übernimmt der Einkäufer im Verhandlungsprozess eine aktive Rolle. Anders im Flugbereich, dem mit Abstand größten Kostenblock. Hier lassen sich die Kunden alle Jahre wieder zuerst ein neues, verschlechtertes Angebot der Homecarrier unterbreiten. So in die passive Rolle gedrängt, versuchen die Unternehmen dann in mühsamen und langen Verhandlungen, sich dem Angebot des Vorjahres zu nähern. Die Rahmenbedingungen hierfür sind meist sehr schlecht. Zum einen ist die Vergleichbarkeit der Angebote in sich und mit dem Markt kaum möglich. Das liegt zum einen in der Komplexität der Einzelverträge und den unterschiedlichen Vertragsperioden. Die Vereinbarung mit Lufthansa gilt vom 01.01. bis 31.12., die der Wettbewerber-Airlines zumeist vom 01.04. bis 31.03.. Zum anderen ist die vertraglich vereinbarte Datenbasis "Net flown revenue" nicht nachvollziehbar und somit nicht steuerbar.

Um eine entsprechende Transparenz für Unternehmen herbeizuführen, ist es erforderlich, bei größeren Etats auch im Flugbereich eine Ausschreibung zu machen. Hierbei legt das Unternehmen die Parameter wie Volumen, Datenbasis für die Vereinbarung, Vertragslaufzeit etc. fest. Somit ist sichergestellt, dass das Unternehmen und nicht mehr der Lieferant die Bedingungen und den Prozessablauf vorgibt.

Durch die Marktpositionierung der Homecarrier ist es notwendig, diesen für eine Ausschreibung eine entsprechende Marktmacht gegenüberzustellen. Da nur wenige Unternehmen hierzu in der Lage sind, bietet CTC eine neutrale, kundenübergreifende Konsolidierung an. Voraussetzung für die Teilnahme ist, dass das jeweilige Unternehmen gewillt und in der Lage ist, einen Teil seiner Umsätze notfalls auch von den Homecarriern auf andere Fluggesellschaften zu steuern.



Corporate Travel Update Oktober/2002

Low cost carrier

Die Anzahl der Low cost carrier steigt in den letzten Monaten sprunghaft an. Viele Unternehmen stellen sich die Frage, wie sie sich die lockenden Billigpreise zu Nutze machen können. Leider erweisen sich die Angebote bei genauerer Betrachtung für Firmen als ungeeignet.

Ob Ryanair, easyjet, deutsche ba, Air Berlin, Hapag-Lloyd Express oder Germanwings, immer mehr Fluggesellschaften tummeln sich im Niedrigpreissegment. Die mit dem Markteintritt verbundenen Werbekampagnen wecken zunehmend Begehrlichkeiten im Geschäftsreisemarkt. Da der Kostendruck ständig steigt, erhofft sich manche Geschäftsleitung hierdurch im Travel Management Einsparungen realisieren zu können.

Die günstigen Preise lassen sich bei den Fluggesellschaften nur durch Prozessverschlinkungen realisieren. So fehlt neben dem obligatorischen Getränkeservice nicht nur das Brötchen und die Zeitung, sondern auch das Ticket und eine Rechnung. Die ersten drei Entbehrungen sind aus Sicht des Unternehmens sicherlich zu verschmerzen. Das fehlende Ticket und die Rechnung jedoch nicht. Diese stellen unabdingbare fiskalische Voraussetzungen für eine Kostenerstattung durch das Unternehmen dar. Darüber hinaus fehlen die Umsätze in den meisten der bisher genutzten Reporting-Tools des Travel Managements. Die offerierten Angebote sind nur über das Internet oder direkt buchbar. Entgegen anderslautenden Meldungen steht auch Hapag-Lloyd Express den Reisebüros nicht über Amadeus, sondern nur über eine Buchungsplattform im Internet zur Verfügung. Sollte das Unternehmen diese Leistungen über sein Vertragsreisebüro beziehen wollen, ist dieses durch fehlende Provisionen gezwungen, eine zusätzliche Gebühr zu verlangen. Natürlich kann der Reisende auch direkt im Internet buchen, jedoch läuft das Unternehmen hierbei Gefahr, seinen Einfluss auf die Kaufentscheidung des Reisenden zu verlieren. Eine Marktstudie, die sich mit den Auswirkungen dezentralisierter Buchungswege befasst, kann auf der Homepage von CTC gebührenfrei heruntergeladen werden.



Corporate Travel Update Oktober/2002

Neu gestaltete Homepage von CTC

Die Homepage von CTC Corporate Travel Consulting ist komplett überarbeitet worden. Sie bietet Informationen zu allen Bereichen des Travel Managements. Die Adresse lautet www.travel-management.biz.

CTC Corporate Travel Consulting (CTC) ist ein führendes Beratungsunternehmen im Geschäftsreisebereich. CTC unterstützt Unternehmen mit seinem branchenspezifischen Know-how bei der Optimierung der direkten und indirekten Reisekosten. Die Beratung erfolgt unter anderem in den Bereichen Reiserichtlinien, Reiseplanung und Buchung, Zahlungswesen, Reisekosten-Abrechnung, Einkauf sowie Controlling. Die Projekterfahrung reicht von der Analyse über Re-Design von Prozessabläufen bis zur Implementierung. CTC führt regelmäßig Seminare durch und hält Fachvorträge. Zu seinen Kunden zählen namhafte Unternehmen wie Cap Gemini Ernst & Young, Danzas (Schweiz), EADS, Gerling oder Volkswagen. CTC ist von i:FAO und SAP für die Implementierung ihrer Travel Management Systeme zertifiziert.