

MARTIN JÜRS

Der Andrang war groß. Als Unternehmensberater Jörg Martin und Rechtsanwalt Dieter Koeve auf der Frühjahrstagung des VDR in Berlin zum Fachforum „Vorsicht Falle! Vertrags(un-)wesen mit Leistungsträgern“ baten, konnten sie sich der Aufmerksamkeit der anwesenden Travel Manager gewiss sein. Denn die hadern derzeit vor allem mit den neuen Firmenverträgen der Lufthansa, da tut etwas Unterstützung und Aufklärung gut.

Stein des Anstoßes ist vor allem das Verlangen der Airline, kräftige Preisnachlässe nur zu gewähren, wenn die Unternehmen ihre gesamten Buchungsdaten auch mit anderen Fluggesellschaften offenlegen. „So entsteht der gläserne Firmenkunde“, kritisiert Berater Martin. Er hält die Weitergabe der Daten für äußerst heikel, auch weil damit unter Umständen gegen vertragliche Vereinbarungen mit anderen Airlines verstoßen wird. Bevor Unternehmen also Buchungsdaten mit Dritt-Carriern an die Lufthansa weiterreichen, sollten sie ihre übrigen Airline-Verträge prüfen. Nicht dass sich hier entsprechende Ausschlussklauseln finden, so Martin.

Lufthansa-Kunden, die die entsprechenden Vertragspassagen nicht akzeptieren, müssen jedenfalls damit rechnen, dass die Fluggesellschaft ihnen den Zugriff auf ihre individuellen Corporate Rates verweigert. Laut einem britischen Newsletter soll die Fluggesellschaft bei ersten Unternehmen bereits die Firmenraten gesperrt haben. Die

FOTOS: ISTOCKPHOTO, PR

Lufthansa selbst mag solche Berichte mit Hinweis auf die Vertraulichkeit bilateraler Verträge nicht kommentieren. Martin rät Unternehmen in solch einer Situation zu Standfestigkeit: „Es gibt auch ein Leben nach dem Lufthansa-Vertrag.“

**Ob die Vertragsdetails** solch eine Eskalation wirklich rechtfertigen, ist nur schwer zu beurteilen. Hier lässt sich eben keiner gerne in die Karten schauen. Trotzdem gibt es einige Punkte, die zumindest Jörg Martin generell bei der Vertragsgestaltung zwischen Leistungsträgern und Firmenkunden für bedenklich hält. „Verträge sollten in einer verständlichen Sprache abgefasst sein, leider ist das nicht immer der Fall“, so die Beobachtungen des Beraters. Auch deshalb würden die juristischen Prüfungen solcher Regelungen immer länger dauern. Mitunter würden Vereinbarungen auch nicht auf Deutsch, sondern zum Beispiel auf Englisch vorgelegt. Hier sei dann eine ganz besondere Sorgfalt bei der Vertragskontrolle ge-

„Es gibt auch ein Leben nach dem Lufthansa-Vertrag.“

Jörg Martin,  
Geschäftsführer CTC



# Vorsicht, Vertrag!

Leistungsträger locken Firmenkunden gerne mit speziellen Verträgen. Die Unternehmen sollten deren Inhalte aber genau prüfen, sonst drohen unliebsame Überraschungen.

boten. Bedenklich sei es außerdem, wenn der Gerichtsstand des Vertragspartners im Ausland liege. Ansprüche bei Vertragsverletzungen ließen sich dann eventuell schwieriger einklagen.

Für bedenklich halten viele Travel Manager auch die Versuche mancher Airline, bei speziellen Streckenvereinbarungen Marktanteile festzuschreiben. „Solche Verträge unterschreibe ich nicht“, stellt Manfred Zitzen, Travel Manager von Fahrzeughersteller MAN, klar. Dies würde die Flexibilität des eigenen Reisemanagements zu stark beschränken.

Kein Problem hat Zitzen im Gegensatz zu so manchem Kollegen allerdings mit den Firmenverträgen der Lufthansa. Zumindest nicht mit der Forderung nach Weitergabe aller Buchungsdaten. „Die verlangen andere Airlines auch“, sagt der Manager. Angst vor der völligen Transparenz hat er nicht. Denn unabhängig von der Offenlegung solcher Daten würde man immer noch selbst entscheiden, mit welchen Airlines die Mitarbeiter auf Dienstreise gehen, so der Travel Manager.

**Für kritischer** hält er dagegen Verträge mit Malus-Klauseln, wie sie sich bei Lufthansa, aber auch bei anderen Leistungsträgern finden. „Ob wir die zugesagten Volumina erreichen, hängt ja nicht nur von uns ab“, so Zitzen mit Blick auf Pilotenstreiks oder Flugverbote wegen Vulkanasche. „Es muss daher Anpassungsklauseln geben“, betont der Manager. Dabei müsse genau definiert sein, wann diese greifen und wie sich die

## Ohne Beweglichkeit geht es nicht

### Fünf Tipps für erfolgreiche Vertragsverhandlungen

Vor der Vertragsunterzeichnung stehen die Verhandlungen. Die bergen für Travel Manager zahlreiche Stolpersteine. Jens Holtmann, Geschäftsführer der Einkäufer-Akademie in Oerlinghausen, sagt, worauf es ankommt:

■ **Klare Ziele:** Einkäufer und Travel Manager sollten vor Gesprächsbeginn klare Ziele und Prioritäten formulieren.

■ **Spielräume nutzen:** Verhandeln setzt Beweglichkeit voraus. Verhandlungsspielraum ausnutzen.

■ **Fragen stellen:** Um zu einem befriedigenden Ergebnis zu kommen, müssen Sachverhalte und Standpunkte klar sein. Daher fragen, fragen, fragen!

■ **Emotionen kontrollieren:** Nicht aus dem Bauch heraus agieren. Psychologische Spielregeln und sachliche Entscheidungsgrundlagen beachten.

■ **Ergebnisse dokumentieren:** Gesprächsergebnisse vor Vertragsabschluss genau dokumentieren, so vermeidet man Überraschungen.

Konditionen verändern. Es reiche nicht, wenn man allein auf den guten Willen der Leistungsträger vertraue.

Überhaupt sollten die Vertragsinhalte so genau wie möglich festgeschrieben werden, meint auch Jörg Martin. Dadurch lasse sich manch unliebsame Überraschung vermeiden. So sollte zum Beispiel mit Airlines genau geregelt werden, was bei Stornierungen mit den Zuschlägen und Gebühren passiere. Mit Mietwagenanbietern sollten die Unternehmen die gewünschte Fahrzeugausstattung aber auch die Qualität der Bereifung festlegen, rät Martin.

Dabei sind die Chancen für die Unternehmen, bei Firmenverträgen möglichst

viel herauszuholen, nach wie vor gut. Schließlich bewegen sich Travel Manager und Firmeneinkäufer trotz wirtschaftlicher Erholung auf einem Nachfragemarkt und sind daher oft in der stärkeren Position.

Selbst die Lufthansa erweist sich in den Verhandlungen mit den Firmenkunden als flexibel. Ein Travel Manager aus Süddeutschland jedenfalls hat den umstrittenen LH-Firmenvertrag inklusive einer Zusatzvereinbarung unterschrieben. „Der Malus wurde dadurch deutlich entschärft“, berichtet er. Auch Manfred Zitzen geht immer offen in die Gespräche mit den Leistungsträgern. „Alles ist Verhandlungssache“, lautet sein Credo. **fw**