

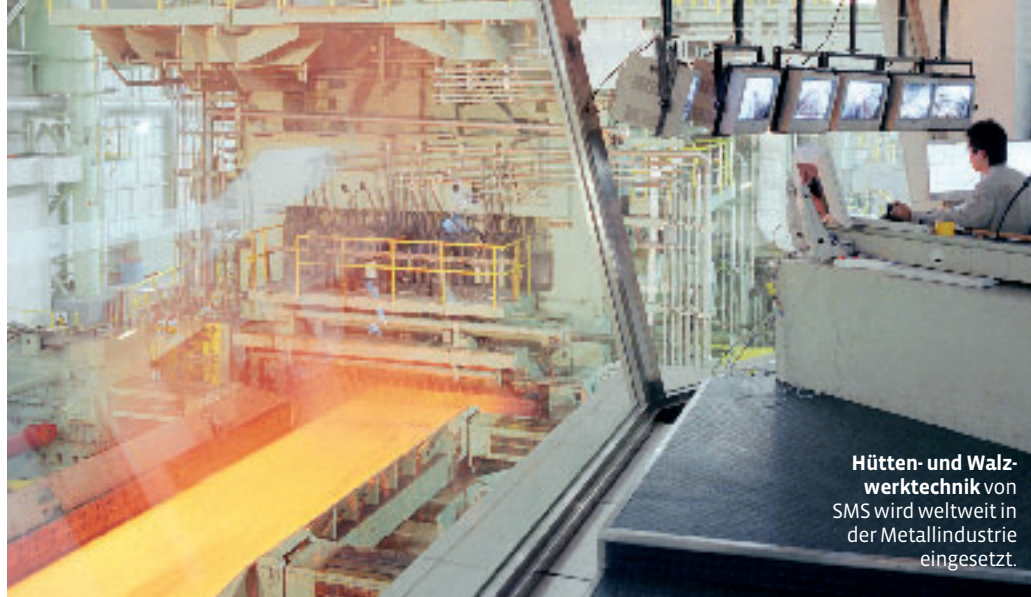
## Travel Management

by  
**SMS group**

■ **Reiseetat:** Gut 36 Mill. Euro pro Jahr gibt die SMS Group für Geschäftsreisen aus, davon 24 Mill. für Reisen ab Deutschland. Mit Abstand größter Posten ist der Flug: 82 Prozent der Flüge sind Fernstrecken, 17 Prozent inner-europäische Routen, ein Prozent innerdeutsche.

■ **Firmeninfo:** Die SMS Group ist in die Bereiche Demag (Stahlwerke), Meer (Rohre) und Elotherm (Heiztechnik) aufgeteilt. Die 7600 Mitarbeiter erwirtschaften einen Jahresumsatz von 2,9 Mrd. Euro.

■ **Erfolgsrezept:** Weltweite Ratentransparenz wurde durch die Globalisierung des Travel Managements geschaffen. Somit können alle Länder zum jeweils besten Tarif buchen.



Hütten- und Walzwerktechnik von SMS wird weltweit in der Metallindustrie eingesetzt.

# Heißes Eisen

Die SMS Group hat ihr Travel Management globalisiert. Mit großem Sparerfolg. Im Fokus stand die Datentransparenz.

OLIVER GRAUE

China und Indien in vier Tagen: Diese Reise wird Jörg Martin nicht vergessen. Zumal er für den Kurztrip gerade mal eine Hotelübernachtung benötigte. Die anderen beiden Nächte verbrachte der Inhaber von CTC Corporate Travel Consulting über den Wolken: Der Zeitverschiebung sei Dank.

Als die Düsseldorfer SMS Group 2005 ihr Travel Management neu positionierte, war zunächst nicht an eine internationale Lösung gedacht. Die ergab sich nach gründlicher Datenanalyse: Das Unternehmen sah die Chance, seine Einkaufsvorteile global zu nutzen. „Außerdem konnten wir die angestrebte Transparenz und die Synergien in der SMS Group nur durch ein globalisiertes Travel Management herstellen“, erklärt Peter Langner, Leiter des Personalwesens in Düsseldorf:

„Der Arm des Controlling endet nicht an der Landesgrenze.“ Da der Ex-Tra-

vel-Manager von Bord gegangen war, entschloss sich der Konzern, die Geschäftsreiseplanung an CTC zu vergeben. CTC-Chef Martin erhielt ein umfassendes Mandat. Er nahm sich zunächst „das heimische Spielfeld vor – das A und O, um international glaubwürdig zu sein“. Strengere Reiserichtlinien, Nettoraten, effektives Reporting, Pflicht zur Kreditkartennutzung und Hotelraten, auf die alle Zugriff haben: Dies diente als Basis fürs internationale Management.

**Weltweite Ratentransparenz schaffen** und einen zentralen Zugriff auf diese Preise gewährleisten – darin sieht Langner den Sinn von Globalisierung. „Bei meinen ersten Reisen zu unseren Töchtern nach Österreich, Russland, China und Indien ging es darum, an lokale Informationen zu gelangen“, pflichtet Martin ihm bei. Keine einfache Aufgabe: Mitunter hatten sich die Töchter an Lieferanten gebunden, die keine Reportings erstellten.

Globalisierung bedeutet für SMS nicht, „einheitlich einzukaufen“, betont Langner. „Ratenverträge werden weiter lokal vereinbart.“ Auf die ausgehandelten Tarife haben jedoch weltweit alle Mitarbeiter Zugriff – wodurch bei Verhandlungen große Volumen eingebracht werden können. Von dieser Zentralität „profitieren aber etwa auch unsere US-Kollegen, da die deutschen Raten oft weitaus niedriger sind“.

Ein weiteres Ziel hat SMS erreicht: „Gibt es Probleme, nehmen die Ländergesellschaften nun von sich aus miteinander Kontakt auf“, erklärt Martin. „Visa etwa sind in manchen Staaten einfacher zu bekommen.“ Und: Allein beim Flug sei ein sechsstelliger Betrag gespart worden. „Jetzt erfolgt das Feintuning.“ Soll heißen: SMS wird künftig wieder mit einem internen Travel Management an den Start gehen. **fww**

**Peter Langner** (links) leitet das Personalwesen der SMS Group in Düsseldorf. CTC-Inhaber **Jörg Martin** hat für den Maschinenbaukonzern das Travel Management globalisiert.

