

CWT Business Travel Indicator: Erwartungen und Chancen für effektives Travel Management

eine CWT-Studie

Carlson Wagonlit Travel (CWT), der weltweit zweitgrößte Geschäftsreiseanbieter, gab eine Umfrage unter Travel Managern und Geschäftsreisenden in den weltweiten Top 12 der Geschäftsreisemärkte in Auftrag.⁽¹⁾ Die Umfrage, der *CWT Business Travel Indicator*, deckte die wichtigsten Erwartungen an das Geschäftsreisemanagement auf, untersuchte die Herausforderungen, denen sich Travel Manager beim Steuern eines Firmenreiseprogramms stellen müssen, und zeigte, wie sie ihre Geschäftsreiseanbieter bewerten.

Ziele des Geschäftsreisemanagements

CWT weiß aus der täglichen Erfahrung, dass Unternehmen auf der ganzen Welt mit ihren Firmenreiseprogrammen drei hauptsächliche Ziele verfolgen: Kosteneinsparung, Service und Sicherheit. Kosteneinsparung hat dabei bei weitem die höchste Priorität. Als die Travel Manager im *CWT Business Travel Indicator* gefragt wurden, was die Geschäftsleitung *am meisten* von ihnen erwartete, gaben mehr als die Hälfte (54 Prozent) Kosteneinsparungen an. Direkt mit den Einsparungen in Verbindung steht die *Einhaltung der Reiserichtlinien des Unternehmens durch den Reisenden* auf Rang 2 bei den genannten Erwartungen (23 Prozent). Als Nächstes nannten 11 Prozent die *Sicherheit von Reisenden*.

Kundenservice wird ebenfalls als wesentlich angesehen und ist auch der wichtigste Maßstab, anhand dessen Travel Manager ihre externen Firmenreiseanbieter bewerten. 89 Prozent bezeichneten dies als *sehr wichtig*. Andere, ebenfalls von der Mehrheit der Antwortenden als *sehr wichtig* erachtete Kriterien sind: *Erfahrung* (82 Prozent), *Direktzugang zu Reservierungssystemen der Airlines* (80 Prozent), *Reporting* (74 Prozent), *Preis* (70 Prozent) und *Traveler Tracking* (61 Prozent).

Chancen zur Kosteneinsparung im Geschäftsreisemanagement

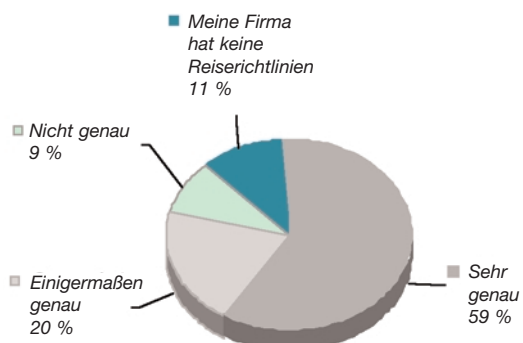
Die Umfrage legt vier Möglichkeiten offen, wie Kosten eingespart werden können, und zeigte einige Abweichungen zwischen der Wahrnehmung der Travel Manager und der Reisenden:

1. Einhaltung der Reiserichtlinien

Während fast alle befragten Travel Manager meinten, ihr Unternehmen verfüge über eine Reiserichtlinie (99 Prozent), ist den Reisenden diese Richtlinie nur in begrenztem Maße bekannt und verständlich, ebenso die Konsequenzen einer Nichteinhaltung.

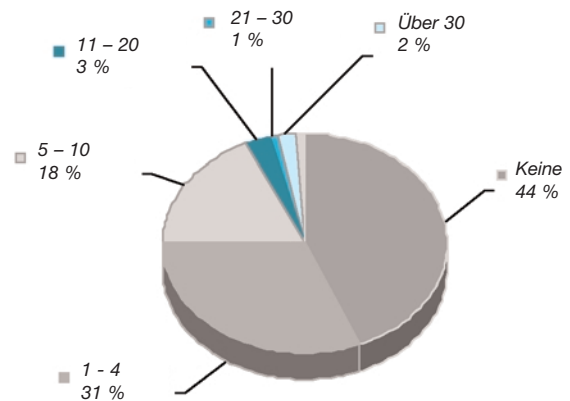
- 40 Prozent der Geschäftsreisenden glauben entweder, dass ihr Unternehmen über keine Reiserichtlinie verfügt, oder kennen sie höchstens *einigermaßen*.

Wie genau kennen Sie die Reiserichtlinien Ihres Unternehmens?



- Mehr als die Hälfte aller Geschäftsreisenden (56 Prozent), die bestätigten, dass eine Reiserichtlinie im Unternehmen existiert, sehen ihre Richtlinie als *Leitlinie* an, während die Mehrheit der Travel Manager (64 Prozent) sagte, die Richtlinie sei *verbindlich*.
- Ferner glauben 48 Prozent der Geschäftsreisenden, dass es *keine Konsequenzen für sie oder ihr Unternehmen* hat, wenn sie abweichend von der Reiserichtlinie des Unternehmens buchen. Travel Manager sind jedoch optimistischer, was das Bewusstsein der Reisenden angeht. Als sie gefragt wurden, ob den Reisenden bekannt sei, dass Buchungen außerhalb der Richtlinie des Unternehmens Konsequenzen haben, antworteten 82 Prozent mit *ja*. Nur 16 Prozent antworteten mit *nein*.
- In diesem Zusammenhang geben 24 Prozent der Geschäftsreisenden zu, dass sie 5-mal oder mehr pro Jahr außerhalb der Reiserichtlinie buchen, und 31 Prozent gaben an, dies 1- bis 4-mal jährlich zu machen. Nur 44 Prozent sagen, dass sie *niemals* außerhalb der Richtlinie buchen.

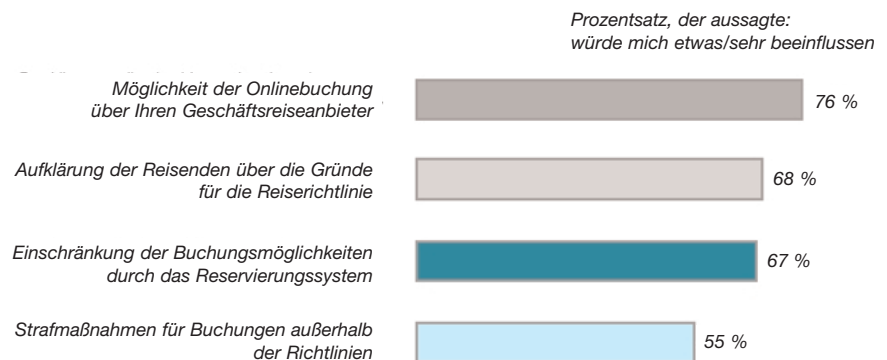
Wie viele Flug-, Mietwagen- oder Hotelbuchungen tätigen Sie pro Jahr, die mit den Reiserichtlinien Ihrer Firma nicht übereinstimmen?



2. Onlinebuchung

Gemäß der Umfrage glaubt die große Mehrheit der Geschäftsreisenden, dass Onlinebuchungen der effektivste Weg sind, die Reiserichtlinien konsequent einzuhalten. CWT hat außerdem herausgefunden, dass die Einführung von Onlinebuchungen zu bedeutenden Einsparungen für die Unternehmen durch geringere Transaktionskosten und niedrigeren durchschnittlichen Ticketpreisen führen kann.

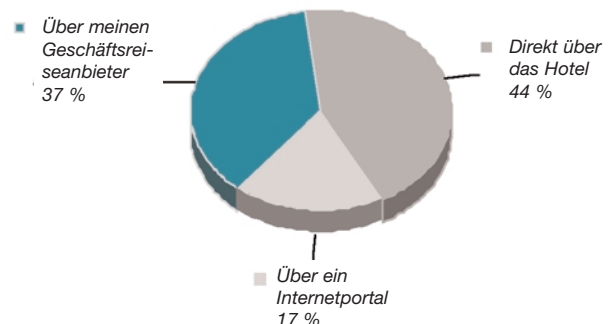
Wie stark würden die folgenden Maßnahmen Sie beeinflussen, sich an die Reiserichtlinien Ihres Unternehmens zu halten?



3. Hotelbuchungen

Die Maximierung des Volumens, das über das Firmenreiseprogramm gebucht wird, führt zu Einsparungen. Dies ist besonders in Hinblick auf Hotels wichtig, die im Gesamtreisebudget einen ebenso hohen Anteil wie Flugausgaben darstellen können. Hier zeigt die Umfrage deutlich, dass 61 Prozent der Geschäftsreisenden, die selbst Hotels reservieren, direkt bei den Hotels oder über ein Internetportal buchen. CWT ist davon überzeugt, dass Unternehmen durch Bearbeiten dieses Kostenfaktors beträchtliche Einsparungsmöglichkeiten haben.

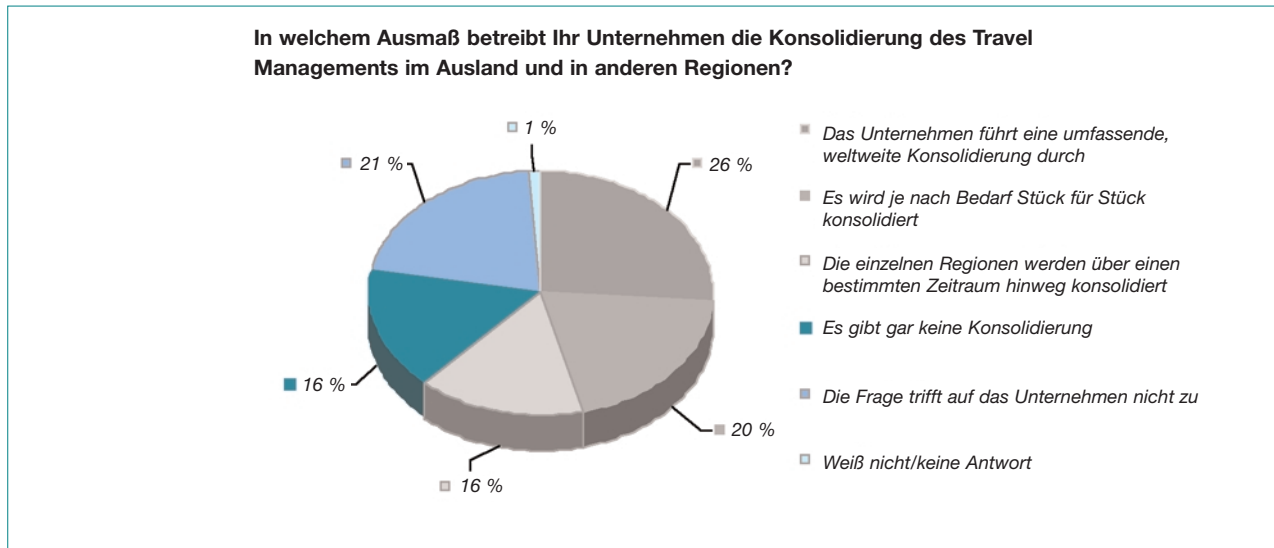
Wie buchen Sie normalerweise Ihr Hotelzimmer für Geschäftsreisen?



4. Programmkonsolidierung

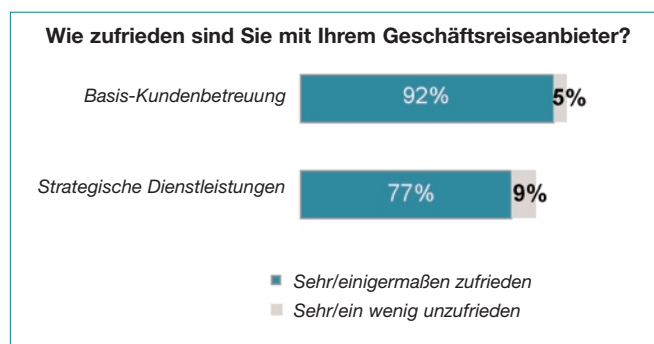
Unternehmen haben erkannt, welches Einsparungspotenzial die Konsolidierung ihres Reiseprogramms haben kann. Obwohl die meisten Unternehmen mittlerweile mit einer Form von Konsolidierung begonnen haben, befinden sie sich auf verschiedenen Stufen.

Dabei nehmen 26 Prozent der Travel Manager eine *globale Konsolidierung* vor und 20 Prozent eine *schrittweise Konsolidierung*, wenn Bedarf besteht.



Zufriedenheit mit externen Geschäftsreiseanbietern

Die überwiegende Mehrheit der Travel Manager ist mit dem Service ihrer externen Geschäftsreiseanbieter zufrieden. 92 Prozent gaben an, dass sie *sehr* oder *einigermaßen* mit der *Basis-Kundenbetreuung* zufrieden seien. 77 Prozent sagten dasselbe in Hinblick auf die *strategischen Dienstleistungen*, einschließlich der *Verhandlung mit Leistungsträgern, Direktzugang zu den Daten der Fluglinien* und *Beratungsleistungen*. Im Vergleich zu den Basisdienstleistungen der Kundenbetreuung ist die Leistung der externen Reiseanbieter in diesem Bereich jedoch unausgeglichen.



⁽¹⁾ Die Umfrage wurde in Auftrag gegeben, um die Meinungen, Wahrnehmungen und Methoden von Travel Managern und Geschäftsreisenden in 12 Ländern im asiatisch-pazifischen Raum (Australien, China, Indien und Japan), in Europa (Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und UK), Lateinamerika (Brasilien, das 50 Prozent des Geschäftsreisemarkts der Region ausmacht) und Nordamerika (Kanada und die USA) auszuwerten. Die Umfrage wurde von KRC Research vorgenommen und vom 27. Oktober bis zum 23. November 2005 durchgeführt. 2.100 Geschäftsreisende und 650 Travel Manager wurden befragt. Der Datenbestand wurde gewichtet, um die aktuelle Geschäftsreiselandschaft genau wiederzugeben. Die Fehlergrenze für alle befragten Travel Manager beträgt N=650 +/- 3,8 Prozentpunkte. Die Fehlergrenze für alle befragten Geschäftsreisenden beträgt N=2.100 +/- 2,1 Prozentpunkte. Obwohl sich die Umfrage nicht an CWT-Kunden richtete, nahmen einige doch teil, da sie im Untersuchungsverfahren zufällig ausgewählt wurden.