

Travel Management im Mittelstand: viel Nachholbedarf

Von Bernhard Hain

Corporate Cards sind aus Sicht von Airplus vor allem eine Datenquelle für das Travel Management. Und angesichts zunehmend internationaler Geschäftsaktivitäten ist dies auch für den Mittelstand ein Thema, wenn sich auch die Anforderungen an entsprechende Lösungen von denen großer Unternehmen unterscheiden. Wie American Express macht auch Airplus in diesem Segment ein großes Nachholpotenzial aus und setzt im Vertrieb nicht zuletzt auf die Kooperation mit den Reisebüros. Red.

Kleine und mittelständische Unternehmen reisen zunehmend internationaler. Vielfach sind sie jedoch für ein professionelles Geschäftsreise-Management noch nicht sensibilisiert und verschenken so bares Geld. Eine Schlüsselrolle bei der effizienten Bezahlung von Reiseleistungen kommt dabei Firmenkreditkarten zu – sie liefern Kostentransparenz und vereinfachen gleichzeitig die internen Prozesse.

Längst ist Mobilität auch für kleine und mittelständische Unternehmen zum entscheidenden Faktor geworden: Wer in den internationalen Märkten den Anschluss nicht verlieren will, muss in erster Linie flexibel sein. Und diese Flexibilität macht früher oder später fast jeden Mitarbeiter zum Geschäftsreisenden. Abzulesen ist das an einem stetig steigenden Volumen,

das für Flugtickets, Hotelübernachtungen, Mietwagen oder auch Geschäftsessen jährlich ausgegeben wird.

Aktuell geht rund die Hälfte aller Geschäftsreise-Flüge von kleinen und mittelständischen Unternehmen zu Zielen außerhalb Deutschlands, 2006 waren es noch knapp fünf Prozent weniger. Neben dem Zuwachs bei internationalen Destinationen wird das Thema „Geschäftsreise“ auch in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen: Der Airplus International Travel Management Study zufolge – einem umfassenden Vergleich von zehn internationalen Geschäftsreisemärkten – gehen 49 Prozent aller Mittelständler von einer weiteren Zunahme ihres Geschäftsreisevolumens aus. Dabei beschleunigt insbesondere die EU-Osterweiterung die Internationalisierung des Mittelstandes: Jeder zehnte Mittelständler hat bereits Produktionsstandorte in Osteuropa, jeder fünfte plant den Schritt in Richtung Osten.

Rund 400 000 deutsche mittelständische Unternehmen sind bereits im Ausland aktiv. Das spiegelt sich natürlich auch im Geschäftsreiseaufkommen wider. Gleich-

zeitig steht der Mittelstand einem erhöhten Kostendruck gegenüber. Die Notwendigkeit, Prozesse zu optimieren und Einsparpotentiale zu realisieren, steigt mit zunehmendem Wettbewerbsdruck.

Firmenkreditkarten als Datenquelle

Je mehr Mobilität gefordert ist, desto wichtiger ist es, die Reisekosten permanent zu erfassen und zu steuern. Der Weg dazu führt über eine zuverlässige Datenquelle – denn das sind Firmenkreditkarten aus der Sicht des Unternehmens zuallererst.

Dabei lassen sich zwei verschiedene Typen von Firmenkreditkarten unterscheiden: Die zentrale Reisestellenkarte und die Kreditkarte für unterwegs. Beide helfen dem Unternehmen bei der Bündelung von Zahlungsströmen und der effektiveren Steuerung ihrer Reisebudgets.

■ Die Reisestellenkarte wird auf den Namen der Firma in einem Reisebüro, einer Reisestelle oder einem Online-Buchungssystem hinterlegt. Über dieses Abrechnungskonto lassen sich alle Flugtickets, Mietwagen-Reservierungen sowie Bahnfahrtscheine abwickeln. Auch Hotel-, Kongress- und Messearrangements können darüber abgerechnet werden. Die Reisestellenkarte liefert dem Travel Manager eine übersichtliche Sammelrechnung. Weil die Abrechnung detaillierte Zusatzinformationen mitliefert – etwa Kostenstelle

Zum Autor

Bernhard Hain ist Associate Director SME Management, Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH, Neu-Isenburg.



oder Personalnummer des Reisenden – erhält das Unternehmen alle Daten auf einen Blick.

Die wachsende Mobilität verlangt von Geschäftsreisenden auch, unterwegs liquide zu sein. Hier macht der Einsatz einer zusätzlichen Kreditkarte das Leben leichter. Mit ihr gehören Bargeldvorschüsse der Vergangenheit an, der Reisende muss für seinen Business Lunch oder die Hotelübernachtung also nicht mehr in Vorleistung treten. Der Travel Manager kann dann später problemlos alle Kosten der Geschäftsreise zusammenführen. Dies vereinfacht die Reisekostenabrechnung ganz entscheidend.

Aufholbedarf beim Mittelstand

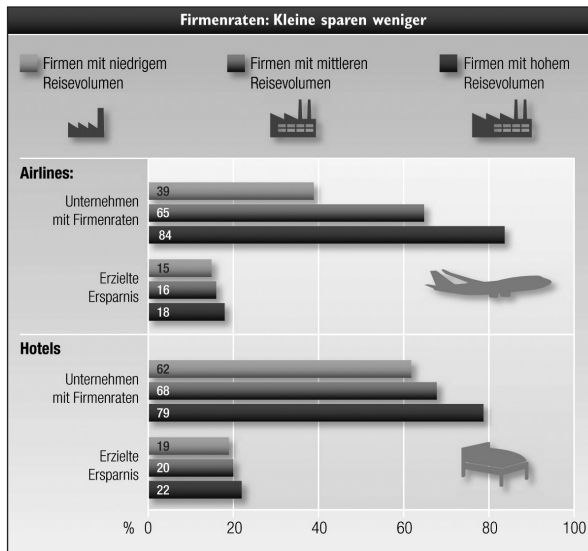
Klarer Fall: Im Zuge der zunehmenden Geschäftsreiseaktivitäten steigt auch der Bedarf an professionellem Geschäftsreise-Management für KMU. Der Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) geht davon aus, dass mittelständische Geschäftsreisende jährlich mit rund 167 Millionen Reisebewegungen am häufigsten unterwegs sind und die Hälfte aller Geschäftsreisekosten verursachen. Was viele Unternehmen nicht wissen: Reiseausgaben sind der drittgrößte Kostenblock innerhalb ihrer Personalkosten – das macht den Handlungsbedarf nochmals deutlicher.

Beilagenhinweis

Dieser Ausgabe liegt ein Einladungsprospekt zum

Bankkarten-Forum 2007

des Fritz Knapp Verlages, Frankfurt am Main, bei (siehe auch Programmanzeige auf Seite 5).



Allerdings müssen Mittelständler beim Thema „Professionelles Geschäftsreise-Management“ noch deutlich aufholen: Während Großunternehmen ihre Geschäftsreisen bereits mit kartengestützten Bezahlösungen und Analysesoftware managen, so wissen Mittelständler häufig nicht, wie ihre Reisekosten entstehen und wie hoch sie genau sind.

60 Prozent zahlen mit Privatkarte

Dabei zeigt sich, dass das Bewusstsein für die Kostenvorteile durch effizientes Travel Management noch sehr ausbaufähig ist. Nur 40 Prozent der befragten Unternehmen in Deutschland räumen dem Thema Business Travel Management eine hohe Bedeutung ein. Dabei sind die Potenziale eines professionellen Geschäftsreise-Managements offensichtlich: Eine innerdeutsche Geschäftsreise kostet im Schnitt 347 Euro. Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern geben jedoch durchschnittlich 496 Euro aus. Ein Grund dafür liegt in der mangelnden Transparenz der Reisekostenabrechnung. Darüber hinaus zahlen KMU höhere Preise, da sie geringere Rabatte bekommen.

Ein weiterer Indikator für mangelnde Transparenz bei Geschäftsreisekosten: Rund 60 Prozent aller deutschen Ge-

schäftsreisenden von kleinen und mittelständischen Unternehmen bezahlen auf einer beruflich bedingten Reise mit ihrer privaten Kreditkarte. Der Anteil an Barzahlungen liegt bei 18 Prozent. Eine zeitnahe, transparente und kosteneffiziente Auswertung der getätigten Geschäftsreisen ist mit diesen Bezahlmethoden nicht möglich – ganz abgesehen von dem hohen Verwaltungsaufwand, der etwa durch Bargeldvorschüsse entsteht. Studien zufolge können mit Firmenkreditkarten die internen Prozesskosten um bis zu 30 Prozent gesenkt werden. Auf Deutschlands Mittelständler hochgerechnet, ergibt sich so ein Kostensenkungspotenzial von über einer Milliarde Euro pro Jahr.

Auch wenn Firmenkreditkarten quasi das „Schlüsselinstrument“ für ein professionelles Geschäftsreise-Management sind – auch auf anderen Feldern gibt es der Airplus-Studie zufolge für kleine und mittlere Firmen noch jede Menge Handlungsbedarf:

Reiserichtlinien: 23 Prozent aller kleinen und immerhin sieben Prozent aller mittelständischen Firmen in Deutschland verfügen nicht über eine Reiserichtlinie – in den Großunternehmen kommt dies gar nicht mehr vor. Da ein solches Regelwerk aber zentrale Voraussetzung für eine effiziente Steuerung der Reiseausgaben ist, sollte es in keinem Unternehmen fehlen.

Professionelle Auswertung: Seine Reiseausgaben schaut sich so mancher Mittelständler gar nicht genau an. In immerhin jedem vierten kleinen und jedem sechsten mittelgroßen Unternehmen werden die Reisekosten nicht ausgewertet. Und selbst wenn analysiert wird, geschieht dies nur in 23 Prozent der kleinen und 60 Prozent der mittleren Firmen mit professionellen Tools. Von den Großunternehmen hingegen setzen diese fast zu 100 Prozent ein. Dabei zeigen oft erst professionelle Reports Kostentreiber und Sparmöglichkeiten wirklich auf.

■ Firmenraten: Nur 30 Prozent der Kleinen haben Firmendeals mit Airlines vereinbart – bei den Großunternehmen sind es 100 Prozent. Die Möglichkeiten sind hier naturgemäß beschränkt, da schlicht ein gewisses Volumen erforderlich ist. Besser sieht's im Hotelbereich aus: Hier haben 66 Prozent der Kleinen gegenüber 90 Prozent der Großen Vertragsraten vereinbart. Bekommen Mittelständler Firmenraten, sparen sie zwar weniger als die Großen. Im europäischen Schnitt sind dies 15 gegenüber 18 Prozent im Flug- und 19 gegenüber 22 Prozent im Hotelsegment. Genug immerhin, um sich, wo immer möglich um Vertragsraten zu bemühen

Mittelstand braucht spezielle Zusatzleistungen

Dabei unterscheidet sich der Bedarf und Anspruch von mittelständischen Unternehmen an ein professionelles Business Travel Management von Großkonzernen. Gerade mittelständische Unternehmen sind oftmals „Newcomer“ auf dem Gebiet des professionellen Geschäftsreisemanagements. Sie benötigen ein einfaches, aber effizientes Travel Management System, das sie beim täglichen Planen, Bezahlen und Auswerten von Geschäftsreisen unterstützt und ihnen einen optimalen Kostenüberblick liefert.

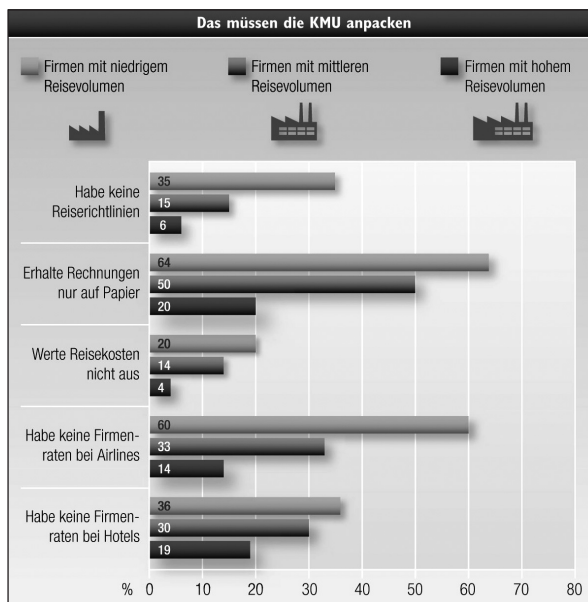
Unterschiede gibt es auch bei den mit der Firmenkreditkarte verbundenen Zusatzservices. Für kleine und mittelständische Unternehmen sind die „eingebauten“ Rabatte und Vergünstigungen bei Reisedienstleistern wesentlich wichtiger als für Großunternehmen, die meist auf eigene Firmentarife setzen. Umgekehrt ist die Integration der Kreditkartendaten in bestehende ERP-Systeme bei den Großen Pflicht – hier stehen bei KMU dagegen vor allem die bequeme und schnelle Darstellung der Reisekosten im Vordergrund.

Ein weiterer Grund für den Nachholbedarf von kleinen und mittleren Firmen liegt darin, dass hier im Gegensatz zu Großunternehmen häufig kein „Vollzeit-Travel Manager“ zur Verfügung steht. Aber gerade auf den Reiseverantwortlichen kommt es an: Als Travel Manager ist er verantwortlich für sämtliche Reiseleistungen, die das Unternehmen für Geschäftsreisen benötigt – vom Flugticket über die Hotelübernachtung bis zum Mietwagen oder die Bahnreise. Er formuliert Reiserichtlinien und überwacht, ob diese auch von den Reisenden seines Unternehmens eingehalten werden. Dabei sind die Anforderungen an den Travel Manager in den letzten Jahren beträchtlich gewachsen: War er früher oft lediglich der Verwalter einer internen Reise-stelle, werden von ihm heute immer mehr Kenntnisse des modernen Einkaufsmana-

„Plug and Play“-Lösung – dem Airplus Company Account compact – lassen sich Geschäftsreisen komfortabel abrechnen und auswerten. Weil viele Firmen aber zunächst ein hohes Informationsbedürfnis zum Thema „Geschäftsreise-Management“ haben, hat Airplus unter der Internet-Adresse www.weniger-reisekosten.de eine Informationsplattform für Travel Management im Mittelstand online geschaltet. Hier steht speziell auf die Bedürfnisse von kleinen und mittleren Firmen zugeschnittenes Wissen zum Kostensenken zur Verfügung.

Die Web-Plattform ist gleichzeitig Teil der Multi-Channel-Vertriebsstrategie. Darin eingebunden sind sowohl die Reisebüros als Partner im Reisemanagement als auch die Leistungsanbieter, die die kleinen und mittelständischen Unternehmen ebenfalls wiederum mit speziellen Services und Angeboten unterstützen – dazu zählt beispielsweise die Firmenförderung der Airlines. Darüber hinaus sorgen Kooperationen mit Verbänden wie etwa der Bundesverband Mittelständischer Wirtschaft dafür, möglichst viele Unternehmen für die Einsparpotenziale durch effektives Travel Management zu sensibilisieren.

Damit unterstützt Airplus die kleinen und mittleren Unternehmen bei einem schwierigen Spagat: Auf der einen Seite der wachsende Kostendruck, auf der anderen Seite die Aufgabe, optimale Rahmenbedingungen für den Reisenden zu schaffen. Dabei gilt: Qualitative Einschränkungen aufgrund von Sparmaßnahmen bremsen die Motivation des Reisenden und gefährden den Erfolg der Geschäftsreise. Ein professionelles Travel Management ist in jedem Fall die bessere Lösung: Durch den Einsatz intelligenter Bezahlösungen ist die Mobilität keine unbekannte Größe mehr. So kann die Mobilität im Unternehmen wachsen, ohne dass die Kosten aus dem Ruder laufen. Selbst wenn dann Tokio, Johannesburg oder Chicago auf dem Projektplan stehen. ■



gement sowie strategische Steuerungsaufgaben verlangt.

Partnerschaften mit Reisebüros

Seit Jahren betreut und berät Airplus mit einem eigenen Team mittelständische Unternehmen bei der Einführung von Lösungen für das Travel Management. Mit der speziell auf die Bedürfnisse von kleinen und mittelständischen Unternehmen konzipierten