

Schwäbisch Hall

„Die Online-Buchung hat großes Potential“

Konsequente Bausparerer: Deutschlands größte Bausparkasse setzt seit 1. April 2005 vollständig auf die Online-Reisebuchung im Intranet. Nur in Ausnahmefällen dürfen die Mitarbeiter per Telefon buchen. Für Schwäbisch Hall zahlt sich die Online-Buchung aus: Travel Manager Andreas Urban rechnet mit mehreren 10.000 Euro Kostenersparnis pro Jahr.



Andreas Urban mag keine halben Sachen. „Entweder ganz oder gar nicht“, sagt der Travel Manager der Bausparkasse Schwäbisch Hall. Seit 1. April 2005 hat Andreas Urban die Reisebuchung bei Schwäbisch Hall komplett auf das Online-Tool cytric umgestellt. Mitarbeiter des Marktführers buchen Flüge, Hotelzimmer, Mietwagen und Bahntickets seitdem nur noch mit cytric, dem Online-Reise-Buchungssystem von i:FAO. Nur in Ausnahmefällen dürfen die rund 1000 Reisenden der Schwäbisch Hall-Gruppe zum Telefonhörer greifen: Bei Gruppenreisen, bei Rundreisen mit mehr als vier Stationen, wenn sie neu im Unternehmen sind und noch keine Firmenkreditkarte besitzen und bei etwaigen Systemausfällen. Andreas Urban: „Wer Online-Buchung anbietet, muss diesen Weg konsequent gehen, um das gesamte Potenzial auszuschöpfen.“



Dass die Online-Reisebuchung der richtige Weg ist, steht für den 33-jährigen Travel Manager außer Zweifel. „Wegen der Kosten- und Prozessvorteile gibt es dazu keine Alternative.“ Er ist überzeugt: „In 5 bis 10 Jahren ist die Online-Buchung von

Dienstreisen Standard in vielen großen Unternehmen.“

Das konsequente Umsteuern auf den modernen Weg des Reisemanagements hat bei der Bausparkasse bereits zu konkreten Einsparungen geführt. Zum Jahresende 2004 schloss das Reisebüro-Implant bei Schwäbisch Hall seine Pforten. Es hatte mit einer festen Mitarbeiterin eine schwierige Größe, bei einem Ausfall dieser Mitarbeiterin musste umständlich Ersatz nach Schwäbisch Hall geholt werden. Seit Jahresbeginn 2005 steht den Mitarbeitern ein TQ3-Business-Travel Center in Nürnberg als Backup zur Verfügung.

Drei Millionen Euro Reisevolumen werden beim Marktführer (6,6 Millionen Kunden, 3.300 Mitarbeiter) allein in Deutschland jedes Jahr umgesetzt. Ein Großteil des Reisebudgets entfällt wegen der Lage des Hauptsitzes auf die Bahn, Rennstrecke des Unternehmens ist der Weg nach Hamburg, denn im Norden betreibt die Schwäbisch Hall-Tochter VR Kreditwerk eine große Niederlassung.

Andreas Urban hatte sich im Jahre 2002 schon einmal Buchungs-Systeme im Sinne von Employee Self-Services angesehen, war aber nicht zufrieden. „Die Systeme waren damals noch nicht ausgereift.“ In 2004 analysierte der Bausparkassen-Mann erneut einige Produkte und entschied sich für cytric. Die Vorteile des i:FAO-Produktes aus Sicht des Praktikers:

-  cytric ist nicht eine Anwendung unter vielen eines Großunternehmens, sondern das Produkt eines Spezialisten.
-  cytric hat ein nutzungsgerechtes Lizenzmodell. Andreas Urban: „Wir

profitieren von einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis.“

- Funktion und Bedienbarkeit der neuen Version v7 entsprechen mittlerweile weitgehend den Anforderungen von Mitarbeitern, die mit Reisebuchungen nicht vertraut sind.
- Urban gefällt an cytric die rapide Produktentwicklung. „Die Tatsache, dass acht bis neun Releases pro Jahr erfolgen, ist sehr wichtig, das gibt uns Sicherheit, dass sich das Produkt entwickelt.“

Andreas Urban und Schwäbisch Hall haben das Gefühl, dass ihre Produktverbesserungen beim cytric-Hersteller ankommen und umgesetzt werden. Beispiel: Schwäbisch Hall schlug vor, die Mietwagenanbieter schon auf der Startseite darzustellen, das spart einen Klick. Die Verbesserung ist heute realisiert. Andreas Urban: „Das Produkt ist flexibel, es entwickelt sich schnell.“

Schwäbisch Hall wurde Direktkunde bei i:FAO, weil Travel Manager Urban „vom Reisebüro unabhängig“ bleiben will. cytric startete zunächst im Juni 2004 mit einer kleinen Testuser-Gruppe. Im September wurde es dann allen Mitarbeitern zugänglich gemacht, blieb aber eine Option. Das Travel Management kommunizierte auf vielen Wegen den neuen Weg der Reisebuchung, es wies bereits frühzeitig darauf hin, dass sie bald zur Pflicht werden wird. Der Erfolg: 50 bis 60 Prozent aller Buchungen erfolgten online, bereits bevor das Reisebüro zum Jahresende 2004 seine Pforten schloss und cytric das zentrale Werkzeug wurde. Die Resonanz bei den Mitarbeitern aufs neue Tool empfand Urban „insgesamt positiv“, auch wenn es Gewöhnungsschwierigkeiten gab. Manche Mitarbeiter waren unsicher, weil ein

Klick auf den Button nun eine Buchung auslöst – eine Verantwortung, die sie bislang so nicht hatten. Andreas Urban und eine Mitarbeiterin im Travel Management halfen als Ansprechpartner den Kollegen. Interessant auch: Einige Mitarbeiter gingen ungeduldig mit dem Werkzeug um, bedienten es zu flott. Fragen konnte Andreas Urban und sein kleines Team dann aber mit einem Verweis auf die Erklärungen in cytric schnell ausräumen. Eine kleine Hausmesse im Herbst 2005 mit mehreren Leistungsträgern, darunter auch i:FAO, soll weitere Unklarheiten beseitigen.

Andreas Urban hat einen konkreten Business Case für die Online-Buchung in seiner Firma. Wenn alle Schwäbisch Haller online buchen, spart das Unternehmen mehrere 10 000 Euro im Jahr. „Diesem Kostensenkungspotential kann sich kein Unternehmen verschließen“, sagt der Travel Manager mit Blick auf die Zukunft. Er macht sich auch Gedanken über die weitere Entwicklung der Online-Reisebuchung in Firmen. Ziel müsse es sein, ein wirklich simples Werkzeug zu entwickeln. Man gibt die Reisedaten mit Start- und Zielort ein und erhält unter Berücksichtigung aller verfügbaren Leistungsträger drei Reisevarianten: Die schnellste, günstigste und eine persönliche Variante mit eigenen Kriterien. Andreas Urban glaubt fest, dass eine solche „Simplifizierung“ kommen wird und sich das ganze Thema Employee Self-Services im Reisebereich weiter stark entwickeln wird. Denn nach wie vor steckt das Thema, weiß der Praktiker, zumindest auf Seiten der Unternehmen in den Kinderschuhen. „Welche Potentiale in der Online-Reisebuchung stecken, muss sich bei einem Großteil der Firmen noch herumsprechen.“

Kontakt:

i:FAO Group
Clemensstrasse 9
60487 Frankfurt am Main
Deutschland

Telefon +49 (69) 7680-5500
Telefax +49 (69) 7680-5555
eMail info@ifao.net
www.cytric.info