

Capgemini

„Buch' onlein oder träwell net“

Capgemini ist froh, früh auf die Online-Buchung gesetzt zu haben. Mit beharrlichem Change-Management erreicht die IT- und Management-Beratung mit „Capgemini Travel Net“ auf Basis von cytric eine Adaptionquote von derzeit 45 Prozent bei innerdeutschen und europäischen Flügen. Für Beratungsunternehmen ist das ein großer Erfolg.



Auf den ersten Blick sind Unternehmensberater die ideale Klientel für die Online-Buchung von Geschäftsreisen: viel unterwegs, das Notebook als wichtiges Werkzeug stets dabei, neuen Techniken aufgeschlossen und die Prozesskosten immer im Blick. Trotzdem unterscheidet sich die Realität von der Theorie.

Gerade weil Berater in den großen Consulting-Firmen nonstop mit ihrem Notebook arbeiten und sie froh sind, wenn es einmal geschlossen werden kann, fällt es Ihnen schwer, auch noch Geschäftsreisen online zu buchen. Die Versuchung ist groß, Dienstreisen nach traditionellen Verfahren zu organisieren - telefonisch auf dem Weg zu einem Termin, im Taxi, am Airport oder auf dem Bahnsteig.

Diese Erfahrung musste Birgit Schooff machen, als sie zum 1. August 2002 das Travel-Management von Capgemini in Deutschland, Schweiz und Österreich übernahm. Birgit Schooff ist seitdem für einen Reiseetat in zweistelliger Millionenhöhe pro Jahr verantwortlich. Capgemini mit Hauptsitz in Paris gehört zu den weltweit führenden Dienstleistern für Management- und IT-Beratung, Technologie sowie Outsourcing. Das Unternehmen hat in Mitteleuropa 3500 Mitarbeiter und expandiert

stark. Derzeit werden allein in Deutschland 400 neue Berater gesucht.

Bereits Anfang 2002 hatte sich Capgemini für die Online-Buchung mit cytric des Frankfurter Software-Herstellers i:FAO entschieden. Gemeinsam mit dem externen Berater Jörg Martin (CTC Corporate Travel Consulting) fiel die Wahl auf cytric, „weil es das beste System ist, das es in Deutschland derzeit gibt“, sagt Birgit Schooff. Als sie im Sommer 2002 bei Capgemini antrat, war cytric gerade technisch implementiert, ihre erste Aufgabe war es, die Nutzer mit dem System vertraut zu machen. „Ein dickes Brett, das es zu bohren galt“, erinnert sie sich an die Einführungsphase bei dem Dienstleister mit Deutschland-Sitz in Berlin. Die Consulter sahen keine große Notwendigkeit, das Tool zu nutzen. Zu gering schienen ihnen die möglichen Einsparungen bei den Prozesskosten, zu aufwändig die Nutzung des Tools. Die Online-Quote bei innerdeutschen und innereuropäischen Flügen erreichte bei Capgemini damals zwischen 20 und 25 Prozent.

Birgit Schooff ließ nicht locker. „1000 interne Marketingaktionen“ ließ sie vom Stapel, von Plakaten, über eMail-Werbung bis hin zu Flyern. Die Mitarbeiter sollten vom neuen Weg der Geschäftsreiseorganisation überzeugt werden. Dazu verlegte Birgit Schooff den First-Level-Support auf ihren Schreibtisch, stand persönlich in allen Fragen rund um die Online-Buchung zur Verfügung. „Der persönliche Ansprechpartner im Haus hilft sehr“, weiß sie.

Der Durchbruch gelang 2004, als die Fluggesellschaften ihre Provisionen strichen und die Reisebüros Gebühren einführten. Fortan lag der Vorteil der Online-Buchung klar auf der Hand: Die Transaktionsgebühr kostet bei Capgemini online nur ein Drittel im Vergleich zur Offline-Buchung. Das überzeugt seitdem immer mehr Reisende.

Schon Ende 2004, wenige Monate nach der Gebühreneinführung, erreichte Capgemini eine Online-Quote von 40 Prozent, Mitte 2005 sind es 45. „Das ist angesichts der nicht ganz einfach zu steuernden Zielgruppe eine hohe Quote“, sagt die Travel-Managerin. Sie ist überzeugt, dass der Anteil weiter steigt. „Die Einstellung der Kollegen wandelt sich“, stellt sie fest. Junge Berater, die neu zu Capgemini kommen, buchen heute schon wie selbstverständlich online. In den Begrüßungsveranstaltungen des Unternehmens wird ihnen die Richtung vorgegeben, ein humorvoller Kollege aus Hessen hat dazu in der landestypischen Diktion ein Motto gedichtet: „Buch' onlein oder träwell net.“

Die Travel-Managerin ist erst mit der Version cytric v7 vom September 2004 so richtig zufrieden. „Das System hatte zuvor Kinderkrankheiten.“ Fehlermeldungen und Ausfälle stoppten auch Gutwillige bei der Onlinebuchung. „Es ist sehr schwierig, das System im Unternehmen zu etablieren, wenn es nicht hundertprozentig läuft.“ Mittlerweile ist der Aufwand für das Change-Management gering. Der Support-Ansprechpartner Birgit Schooff bekommt gerade noch eine Mitarbeiter-Anfrage pro Woche. „Das ist deutlich zurückgegangen.“

Schwierig ist das Change-Management, wenn – wie bei Capgemini – jeder Reisende selber bucht und es keine Travel-Arranger gibt, die diese Aufgabe für andere übernehmen. Dass der Wandel einfacher fällt, wenn es Travel-Arranger gibt, zeigt sich bei Capgemini in Österreich. Dort buchen vier Mitarbeiterinnen Reisen mit cytric, das dort von American Express zur Verfügung gestellt wird. Online-Quote (Flug) im Nachbarland: 75 Prozent. Die Schweizer Capgemini-Mitarbeiter nutzen das deutsche Travel-Net und wenden sich wie ihre deutschen Kollegen telefonisch an den Reisebüropartner TQ3. Bei der Capgemini-Tochter sd&m mit Sitz in München schaffen die Travel-Arranger eine Online-Quote von 75 Prozent. Hier

wird cytric vom Deutschen Reisebüro zur Verfügung gestellt.

Birgit Schooff ist optimistisch, dass auch Capgemini solche Quoten erreichen wird: „Das ticketlose Fliegen mit Etix hat auch zwei Jahre gebraucht, bis es sich durchgesetzt hat – heute ist es selbstverständlich.“ Capgemini kommt zugute, dass das Unternehmen früh mit dem Thema begonnen hat. „Ich bin heilfroh, dass wir die Online-Buchung nicht erst 2004 eingeführt haben.“

Kontakt:

i:FAO Group
 Clemensstraße 9
 60487 Frankfurt am Main
 Deutschland

Telefon +49 (0) 69 7680-5500
 Telefax +49 (0) 69 7680-5555
 eMail info@ifao.net
www.cytric.info