

Canon Europe

Champagner belebt die Online-Buchung

**Champagner für die Online-Buchungs-Könige
den Jahres: Bei Canon Europe werden die
fleißigsten Online-Bucher einmal im Jahr
belohnt. Das europäische Travel-
Management des japanischen
Technologiekonzerns nutzt intensiv das
Travel Manager Dashboard™, um das
Buchungsverhalten der Mitarbeiter
auszuwerten.**



Dirk van der Hilst, European Travel & Car Fleet Manager bei Canon Europe in Amsterdam, mag die neuen Reporting-Funktionen in cytric. Das 2007 eingeführte cytric Enterprise Reporting als Bestandteil des neuen Travel Manager Dashboard™ liefert ihm wichtigen Aufschluss über das Reiseverhalten der Online-Bucher bei dem Unternehmen in Europa. Welche Strecken werden wie oft online gebucht? Welche Preise werden dabei bezahlt? Welche Vorausbuchungsfristen halten die Mitarbeiter ein? Gewiss, sagt Dirk van der Hilst, derlei Daten liefere ihm auch der Reisebürodienstleister, in diesem Fall American Express Business Travel. Ihm sei es aber wichtig, die Daten des Reisebürodienstleisters mit denen aus der Online-Buchung zu vergleichen, um daraus Schlüsse ziehen zu können. So liefert vor allem die erweiterte Reporting-Funktion „Advantage Reports“ dem Travel-Manager Informationen darüber, wie das Buchungsverhalten der Mitarbeiter aussieht. Konkret: Welche Einsparungen (nicht) erzielt werden, weil (nicht) frühzeitig gebucht wurde. Dirk van der Hilst: „Das sind wertvolle Informationen

mit denen man das Buchungsverhalten der Mitarbeiter optimieren kann.“

Dirk van der Hilst ist zufrieden. In den 12 europäischen Canon-Ländern ist 2006 das Geschäftsreise-Volumen um zehn Prozent gestiegen, die Zahl der Transaktionen um 13 Prozent, die Kosten für das externe Travel-Management aber nur um 8,3 Prozent. Der durchschnittliche Ticketpreis sank gleichzeitig um 17,5 Prozent. Der Canon-Mann führt diesen positiven Effekt auf die Online-Buchung von Geschäftsreisen zurück. Mit der neuen Angebots-Transparenz auf den Bildschirmen der Vielreisenden und der Travel-Arranger rückten neue Preis-Alternativen ins Blickfeld. „Mit cytric ist eben immer der günstigste Preis zu sehen“, sagt Dirk van der Hilst. Und das hat mittlerweile unerwartete Folgen: Mitunter, berichtet der Travel-Manager, lägen öffentliche Tarife unter den mit den Leistungsträgern ausgehandelten Preisen. Mit dem Online-Buchungs-Tool erhielten Canon-Mitarbeiter Kenntnis von diesen Tarifen und kauften billiger ein. Hinzu kämen geringere Prozesskosten: Bei Canon koste eine Online-Buchung fast ein Drittel einer Offline-Buchung.

2002 initiierte Rosenbluth Travel, damaliger Reisebüropartner von Canon Europe, die Online-Buchung in dem Konzern mit europaweit 11 000 Mitarbeitern. Rosenbluth schlug damals cytric vor, Canon gefiel das System, American Express Business Travel führte cytric ein, nachdem man Rosenbluth übernommen hatte. Canon implementierte cytric zuerst am Standort der Operations-Europazentrale in den Niederlanden, später dann in Deutschland und in Großbritannien. In elf der 12 Canon-Europe-Länder wird online gebucht. In einigen europäischen Ländern nutzt Canon derzeit das System eines GDS-Anbieters. Das Nebeneinander mehrerer

Systeme sei kein Problem, sagt Dirk van der Hilst. Er will aber nicht ausschließen, dass man die heterogene Online-Buchungslandschaft irgendwann einmal europaweit vereinheitlichen werde.

Der Start in den Niederlande war geschickt gewählt. Die Holländer akzeptierten den neuen Weg zum Ticket viel schneller als es beispielsweise die Deutschen taten. Trotzdem brauchte der Veränderungs-Prozess bei Canon seine Zeit. Nach einem Jahr Reisebuchung mit cytric lag die Online-Quote in den Niederlanden bei 20 Prozent, erst drei Jahre nach der Einführung war sie auf 50 Prozent angestiegen. In Deutschland liegt die Adoption Rate derzeit bei 15 Prozent, europaweit bei 43 Prozent. Die Buchungsraten könnten steigen, wenn Canon mehr Inhalte in der Buchung anbietet: Ein eigener Mietwagenpartner soll Ende 2007 an cytric angebunden werden, ein eigenes Hotelprogramm mit 150 Häusern ist bereits implementiert, in einer zweiten Stufe sollen kleinere, regionale Hotels integriert werden.

Change-Management in Sachen Online-Buchung, sagt Dirk van der Hilst „ist keine einfache Sache“. Es sei nicht leicht, die Menschen von Gewohnheiten abzubringen. Wichtigste Maßnahme: Kommunikation. Dirk van der Hilst veranstaltet gemeinsam mit seinen Travel-Management-Kollegen in den Ländern zweimal jährlich Workshops, in denen Travel-Arranger Erfahrungen mit dem System austauschen. Dirk van der Hilst erläutert dabei Neuerungen und Änderungen im System, „damit wir noch mehr aus der Anwendung herausholen“. Dirk van der Hilst: „Nicht jeder weiß, was das System kann - es ist schließlich sehr umfangreich.“

Das Engagement für cytric wird bei Canon

Europe belohnt. Der fleißigste Online-Bucher eines Jahres bekommt eine gute Flasche Champagner. Und Dirk van der Hilst hat mit dem Reisebüropartner gleichzeitig vereinbart, dass es zusätzliche Boni gibt, wenn Ziele bei der Online-Adoption-Rate (40 und 50 Prozent) übertroffen werden.

Kontakt:

i:FAO Group
Clemensstraße 9
60487 Frankfurt am Main
Deutschland

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

i:FAO Group GmbH
Sitz in Frankfurt am Main, Eingetragen beim Amtsgericht Frankfurt am Main
HRB 73600, Geschäftsführer: Louis Arnitz, Karin Froese