

PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prozesskosten fallen ins Gewicht

6000 Reisende von PricewaterhouseCoopers Deutschland organisieren ihre Geschäftsreisen mit cytric. Bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit einem Reise-Etat von 80 Millionen Euro spielen die Prozesskosten eine große Rolle. PwC setzt auf cytric, weil es Tarife transparent mache.



Andere Schwerpunkte. Während die Online-Buchung mit cytric in vielen Unternehmen zu niedrigeren Einkaufskosten führt und sinkende Prozesskosten zweitrangig sind, liegen die Prioritäten bei PricewaterhouseCoopers (PwC) in Deutschland anders: Das Wirtschaftsprüfungs-Unternehmen mit Hauptsitz in Frankfurt am Main optimiert seit Einführung der Online-Buchung mit cytric zwar seine Reisekosten, freut sich aber auch über geringere Prozesskosten. Grund: Das Unternehmen hat einen sehr hohen Anteil Reisender, die oft unterwegs sind. Von den 8100 Beschäftigten in Deutschland gehen 6000 Mitarbeiter regelmäßig auf Geschäftsreisen. So kommt ein stattlicher jährlicher Reiseetat in Höhe von 80 Millionen Euro zustande. Prozesskosten fallen da ins Gewicht. Antiquierte Prozesse will man sich nicht leisten: „Die Mitarbeiter müssen die Möglichkeit haben, ihre Reisenden schnell, effektiv und damit für das Unternehmen kostengünstig zu buchen, denn unnötige administrative Aufgaben unserer Mitarbeiter kosten viel Geld“, sagt Thomas Eckl, Leiter Veranstaltungsmanagement.

Dem Travel-Management von PwC ist es – auch dank überarbeiteter Reisebüroverträge – gelungen, die Prozesskosten für die Buchung von Geschäftsreisen um 45 Prozent zu senken. Die absoluten Reisekosten hingegen werden bei PricewaterhouseCoopers als Investition betrachtet – sie steigen auf Grund wachsender Akquisebemühungen und Neugeschäfts.

PricewaterhouseCoopers ist eine wirtschaftlich unabhängige deutsche Aktiengesellschaft und Mitglied im Verbund von PricewaterhouseCoopers International. PwC in Deutschland kümmert sich an 28 Standorten um Wirtschaftsprüfungen und prüfungsnahe Dienstleistungen und erwirtschaftet dabei 1,2 Milliarden Euro Umsatz.

PwC hatte die Online-Buchung von Geschäftsreisen früh im Auge. Schon 2001 gab es im Intranet (Eigenname: „KnowledgeCurve“) Links auf einen externen Anbieter im Hotelbereich. In den kommenden Jahren folgten Links auf Bahn online und die Corporate-Buchungssites der Mietwagenfirmen. „Wir haben die Kollegen sukzessive an das Thema Online-Buchung herangeführt und etwaige Vorbehalte früh aus dem Weg geräumt“, berichtet Antje Albrecht, Travel-Koordinatorin im Travel-Management. 2004 sollte dann die Zeit der integrierten Online-Buchung anbrechen. PricewaterhouseCoopers entschied sich für die Einführung von cytric als Geschäftsreisen-Planungs- und Einkaufs-Werkzeug in allen deutschen Standorten. „Wir finden cytric am bedienerfreundlichsten, das System ist außerdem Marktführer und hat in Sachen Funktionalität ein klaren Vorsprung“, begründet Thomas Eckl die Wahl von cytric. Die Lösung von i:FAO liefere Transparenz über alle Tarife und

vermittle dem Anwender, worauf es bei der Reisebuchung ankommt.

Ein Train-the Trainer-Konzept bildete den Auftakt der Implementierung. Etwa ein Dutzend Key User in ganz Deutschland konnten sich ein halbes Jahr lang mit dem neuen Tool vertraut machen. Die Key-User sollten ihr Wissen vor Ort weiter geben und als Ansprechpartner dienen. Das Konzept ging auf, die Akzeptanz von cytric war schnell hoch, so dass 2005 der Einführung nichts im Wege stand.

PwC taufte cytric „PwC EasyBooking“, damit das Tool bei den Mitarbeitern schneller verstanden werde, sagt Antje Albrecht. Das Instrument wurde sukzessive bundesweit ausgerollt. Die Reisebüropartner von PwC unterstützten diesen Prozess intensiv. Besonderheit PwC: Das Unternehmen („Die Vorausdenker“) arbeitet in Mittel- und Süddeutschland mit FCm DER Travel Solutions zusammen, im Norden und im Osten der Republik werden die Reise-Geschäfte der Wirtschaftsprüfer von BCD Travel abgewickelt. Die Travel-Management-Unternehmen gingen übrigens mit einer unterschiedlichen Philosophie an die Umsetzung: Während das eine Unternehmen nach wie vor einen persönlichen Ansprechpartner für alle PwC EasyBooking-Anwender benannte, ermöglichte das andere Reisebüro nur den Kontakt per Call Center.

Interessantes Ergebnis: Das Reisebüro mit dem persönlichen Ansatz erreichte nach eineinhalb Jahren eine Online-Quote im Flugbereich von 55 Prozent, die Kollegen, die die Betreuung anonymisierten, schafften 62 Prozent. Albrechts Fazit: „Wenn man einen persönlichen Ansprechpartner hat, scheint man ihn auch öfter zu nutzen.“ Bis Ende 2007 möchte PwC mit beiden Reisebüropartnern eine Adaptionrate von 65 Prozent erreichen.

Im Juli 2007 waren die Wirtschaftsprüfer bereits auf gutem Weg und schafften 76 Prozent Online-Quote im Flugbereich. PwC will übrigens an seiner „Dual-Sourcing-Strategie“ in Sachen Reisebüros festhalten. Antje Albrecht: „Das ist ein fairer Wettbewerb, der uns gut tut.“ Mit beiden Partner spricht PwC derzeit über ein gemeinsames Management-Informationssystem, das die Daten aller Buchungen aus cytric konsolidiert.

Die Travel-Manager bei PwC haben die Erfahrung gemacht, dass der Kommunikation im Unternehmen bei der Einführung der Online-Buchung eine zentrale Bedeutung zukommt. Albrecht: „Man kann das Tool nicht einfach den Mitarbeitern vorsetzen.“ Man müsse erklären, warum man so was mache. Das sei nicht einmal schwierig, schließlich würden die Mitarbeiter privat längst online im Internet buchen. Antje Albrecht: „Das ist ein vertrautes Medium für die Reiseorganisation.“

PwC hat mit „PwC EasyBooking“ noch einiges vor. Derzeit wird cytric als Stand-Alone-Lösung betrieben, künftig soll das System in die IT-Welt von PricewaterhouseCoopers integriert werden. Sobald die Online-Quote die gesteckten Ziele erreicht, wollen Antje Albrecht und Thomas Eckl außerdem die Zweite Stufe der Online-Buchung zünden. Heute werden alle Online gekauften PwC-Tickets noch einmal vom Reisebüro geprüft. 2008 aber soll das „Low-Touch“-Fulfillment von „No Touch“ abgelöst werden. Zahlen zeigen, dass die Fehlerquote heute schon gering ist und die Umstellung ohne Gefahr für die Reisequalität der Mitarbeiter erfolgen kann. Auch in dieser Phase der Umstellung werde es wieder darauf ankommen, die Mitarbeiter so ausführlich und offen wie möglich zu informieren und die Botschaften zu vermitteln. Die beiden

Travel-Manager nutzen dabei das ganze Instrumentarium, das Ihnen zur Verfügung steht: Workshops vor Ort, Intranet, Newsletter und eine regelmäßige Rubrik in der Mitarbeiterzeitung „connect“. Die E-Mails aus dem Travel-Management an die Mitarbeiter haben zur Wiedererkennung ein eigenes Banner („Reisen leicht gemacht“) und wer an einer Schulung teilgenommen hat, erhält von den Travel-Managern sogar ein laminiertes Zertifikat im DIN-A4-Format.

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