

Serie „Moderner Travel-Einkauf“, Teil 1

Flüge richtig einkaufen und buchen

von Oliver Graue
Freitag, 09. März 2018



GETTYIMAGES

Rentieren sich noch Firmenraten? Worauf ist bei der Flugbuchung zu achten? Wo lässt sich noch sparen? BizTravel startet seine neue Serie „Moderner Travel-Einkauf“ mit dem Thema Flug.

Für Unternehmen, die ihr Travel Management bereits sehr professionell betreiben, sind große Sparsprünge beim Flugpreis oft nicht mehr drin. Hinzu kommt: Die Konzentration in der Luftfahrt nimmt zu. Kleinere und mittlere Fluggesellschaften landen zunehmend in der Insolvenz, werden von größeren Wettbewerbern geschluckt oder bilden mit diesen ein Joint Venture. Dadurch „reduzieren sich natürlich auch die Verhandlungsoptionen“, sagt Jörg Martin von CTC Corporate Travel Consulting. Folge: Der Mehrwert von reinen Ratenverhandlungen sinkt. Wer sparen will, muss sich nach alternativen Möglichkeiten umsehen.

Zudem wird der Trend Richtung NDC im Einkauf einiges verändern. Weil Firmen

mit den Fluggesellschaften individuelle Pakete aushandeln können, sinkt die Vergleichbarkeit der Leistungen. Noch ist vieles unklar in puncto NDC – konkrete Tipps lassen sich daher nicht geben. Wer sein Flugprogramm optimieren will, sollte aber in jedem Fall die folgenden Punkte berücksichtigen.

1. Frühzeitig buchen

So simpel wie es klingt, so effektiv ist es: Wer seine Flüge sofort bucht, wenn er seine Termine kennt, der spart am meisten. „Die tagesaktuellen Preise sind bei rechtzeitiger Buchung oft sehr gut“, sagt Benjamin Park, Travel Manager von PAREXEL, Forschungsinstitut für klinische Studien. „Die zusätzliche Freiheit, hier je nach Angebot zwischen verschiedenen Airlines wählen zu können, ist oft besser als ein sehr geringer Rabatt bei einem einzelnen Vertragspartner.“ Vor allem, wenn es auf der entsprechenden Strecke Wettbewerb gibt, sind Discounts oft nur schmal, und die Marktpreise regeln sich von allein.

Bei einer Studie der Unternehmensberatung Feisel Consulting kam vor einigen Jahren heraus: Liegt der Buchungszeitpunkt des Tickets mindestens zwölf Tage vor dem Start, kann das Travel Management die höchsten Einsparungen im Reiseetat erzielen. Innerdeutsch und europäisch wird die Höhe des Preises maßgeblich durch den Buchungszeitpunkt beeinflusst. Der Wegfall von Air Berlin hat indes zu auf einigen Routen zu Angebotsverknappungen geführt, was sich durch neue Konkurrenten wie Easyjet teilweise wieder ausgleichen könnte.

Grundsätzlich jedoch spart möglichst frühes Buchen auch weiterhin Geld. Der fränkische Textilspezialist s.Oliver hält dies schon lange so. Dessen Geschäftsreisen führen innerhalb Europas zum Beispiel zu den großen Modemessen. Um auch hier die günstigsten Raten zu erhalten, „buchen wir die Flugscheine meist sechs Monate im Voraus“, so Travel Managerin Tina Rüdenauer: „Den Produktverantwortlichen schicken wir alle Messedaten rechtzeitig zu.“

2. Raten verhandeln

Für Unternehmen, die viel Langstrecke fliegen, die Business Class nutzen oder auf wettbewerbsarmen Strecken unterwegs sind, rentiert es sich nach wie vor,

spezielle Firmenraten mit den ausgewählten Fluggesellschaften zu vereinbaren. Denn zum einen bieten die Fluggesellschaften für die Business Class nur selten günstige Tagespreise. Zum anderen kann eine verhandelte Rate abfedern – dann, „wenn die Firma sehr kurzfristig bucht und die Firmenrate immer noch besser ist als der Vollzahlertarif“, sagt Liane Feisel von Feisel Consulting. „Zudem sind die Bedingungen zur Umbuchung und Stornierung bei Firmenraten oft wesentlich besser als bei den öffentlichen Preisen“, sagt Inge Pirner, Travel Managerin der Datev. Grundsätzlich gilt bei dem Nürnberger Unternehmen jedoch das Best-Buy-Prinzip: „Deshalb wird die Firmenrate bei frühzeitigen Buchungen eher seltener herangezogen.“

Ein Problem ist mitunter, dass Raten zwar gut verhandelt, aber nicht verfügbar sind. Lutz Stammnitz, der lange Zeit das Travel Management bei Siemens steuerte, rät daher zu Gesprächen auch über die Verfügbarkeit. Mittelständler stehen hier allerdings oftmals auf verlorenem Posten.

„Aber grundsätzlich gilt, wenn Sie als Travel Manager die Kontrolle über Ihr Reisevolumen haben und Ihre Reisenden steuern können, dann zahlen sich Verträge aus“, sagt Benjamin Park. „Denn wenn eine solche Steuerung fehlt, geben die Airlines meist nur sehr durchschnittliche Rabatte.“

3. Förderprogramme nutzen

Sabine Gehrke, Travel Managerin eines Autozulieferers, spart mit der Teilnahme an Firmenförderprogrammen einen Teil ihrer Flugkosten ein. Anders als bei vielen Großunternehmen gibt es bei ihr keine Rennstrecken, für die es sich lohnen würde, Firmenraten auszuhandeln. Das Prinzip der Firmenförderung entspricht bei den meisten Fluggesellschaften ungefähr dem der privaten Meilenprogramme – nur dass bei den Firmenprogrammen das Unternehmen sammelt und nicht der Einzelne. Die Punkte lassen sich in Freiflüge und Upgrades einlösen.

Berater wie Jörg Martin (CTC Corporate Travel Consulting) empfehlen Mittelständlern, sich dafür bei allen Airlines zu registrieren, mit denen keine Firmenverträge bestehen – zumal Beitritt und Nutzung kostenfrei sind. „Hier werden Vorteile mit dem Gießkannenprinzip ausgegossen, die man auch mitnehmen sollte“, sagt Martin.

4. Problem Meilenprogramme

Ein Problem stellen nach wie vor die privaten Meilenprogramme wie Miles & More dar. Rein rechtlich stehen die dienstlich gesammelten Punkte zwar dem Unternehmen zu und nicht dem Mitarbeiter. Um Verwaltungsaufwand zu sparen, verzichten viele Firmen aber auf die Meilen. Da die meisten Airlines die Punkte inzwischen jedoch nach den Ticketpreisen statt nach den geflogenen Meilen vergeben, „könnte dies Reisende dazu verleiten, mit der Buchung zu warten, bis die günstigen Tarife weg sind“, befürchtet Datev-Managerin Inge Pirner: „Wir beobachten das.“

CTC-Berater Jörg Martin geht noch weiter: Mit Blick auf die neue Meilen-Bonifikation nach dem Motto „je teurer, desto mehr“ spricht er sogar von „Bestechungsprogrammen der Airlines“. Denn, so Martin: „Hier bekommt der Reisende eine Zuwendung durch den Lieferanten für eine Leistung, die die Firma bezahlt hat. Da ist ganz klar unethisch.“

Nächste Seite: 5. Interne Potenziale heben

5. Interne Potenziale heben

Firmenintern liegt das größte Sparpotenzial in einer besseren Steuerung der Reisenden. „Dies gilt für die frühzeitige Buchung (siehe Punkt 1) als auch bei der Auswahl von restriktiven Tarifen und der günstigsten Option innerhalb der Reiserichtlinie“, sagt Jörg Martin.

Inge Pirner rät auch dazu, den Reisenden verstärkt „Alternativen aufzuzeigen, etwa die Flug- und Bahnpreise und in der Gesamtbetrachtung das günstigste Verkehrsmittel zu buchen“. Dass durch Easyjet im innerdeutschen Verkehr wieder ein Wettbewerber zur Lufthansa zur Verfügung steht, begrüßte sie mit Blick auf die nun höheren Kapazitäten und fallenden Preise. Noch seien die Prozesse aber zu wenig auf Geschäftsreisen ausgelegt.

Sparpotenzial bei den Prozessen lässt sich auch durch einen Verzicht auf Reisegenehmigungen heben. Zum einen sind diese zeit- und damit kostenaufwändig, zum anderen können sich die Flugpreise in der Zeit zwischen

Anfrage und Genehmigung deutlich erhöhen. Zudem wird die Reisekostenabrechnung ja in jedem Fall überprüft.

5. Hilfreiche Systeme nutzen

Mit technischen Systemen lassen sich sowohl via Reisebüro als auch via Online-Buchungssoftware die Flugpreise optimieren. „Eine automatische Preisabfrage vor der Ticketausstellung hilft beispielsweise zu prüfen, ob kurzfristig günstigere Buchungsklassen frei geworden sind“, erklärt Beraterin Liane Feisel. „Und sogenannte Global-Fare-Tools checken, ob für dieselbe Strecke in einem anderen Land oder an einem anderen Standort ein günstigerer Tarif angeboten wird als in Deutschland.“ Als weitere wirksame Stellschrauben in den Online-Buchungsmaschinen nennt Feisel „Full Content“ (also das komplette Tarif-Angebot im System) sowie kundenspezifische Best-Buy-Einstellungen.

6. Mit Reisebüros kooperieren

Einfache innerdeutsche und Europa-Flüge lassen sich heute schnell online buchen: am simpelsten über eine Software (OBE) des Reisebüropartners. Letzterer macht sich dennoch auch bei „menschlichen“ Buchungen bezahlt. Erstens holen Reisebüro-Mitarbeiter bei komplexeren Verbindungen wie Gabelflügen sowie Fernstrecken meist bessere Preise heraus als der Computer, und zweitens „sind Reisebüros gerade in Krisensituation wie Streiks ein wertvoller Helfer“, sagt Jörg Martin. „Darüber hinaus bieten sie Zusatzleistungen, beispielsweise ihr Account Management als atmende Zusatzressource für das Travel Management.“

Liane Feisel empfiehlt darüber hinaus, bei sehr teuren Strecken oder anstehenden größeren Projekten auch direkt bei den Fluggesellschaften nach einem Preisschlag zu fragen: „Wer nicht fragt, der nicht gewinnt.“

7. Neue Ideen umsetzen

Für diese Idee erhielt Jürgen Loschelder, Travel Manager von Thyssenkrupp, 2017 den Business Travel Award des TIC: Loschelder bündelt Passagierflugscheine mit

Frachtvolumen. Das Unternehmen steuert sein Luftfrachtaufkommen auf bestimmte Fluggesellschaften. Diese bieten im Gegenzug attraktive Firmenraten. Und je mehr Thyssenkrupp bündelt, desto niedriger sind diese Raten. So lassen sich auf definierten Strecken weitere 3, 5, 7, 9 oder gar 10% sparen.

Benjamin Park hingegen setzt in seinen Airline-Verhandlungen stark auf Statuskarten. Ausgerechnet diese bei Travel Managern oft nicht beliebten Programme (siehe auch Punkt 4) helfen der Firma, Zusatzgebühren beispielsweise für Gepäck oder den Lounge-Zugang von Anfang an zu vermeiden. Park: „Teilweise haben diese eingesparten Summen einen höheren Mehrwert als reine Raten-Discounts.“

8. Herausforderung NDC

Es gehört zu den kontroversen Themen: Durch Direct Connect (die direkte Buchung bei der Airline) und das neue Vertriebssystem NDC wollen die Fluggesellschaften die klassischen Reservierungssysteme wie Amadeus umgehen. Nutzen Firmen Direct Connect, sparen sie die GDS-Gebühr der Fluggesellschaften, haben Zugriff auch auf Billigtarife („Full Content“) und können mit den Fluggesellschaften firmenindividuelle Pakete aushandeln. Nachteil: Derart spezielle Tarife sind nicht mehr miteinander vergleichbar, da sie sich inhaltlich unterscheiden, der Flugeinkauf wird also intransparent. Zudem sind die Prozesse, Direct-Connect-Preise den Kunden verfügbar zu machen, für die Reisebüros und Online-Anbieter derzeit noch extrem zeit- und kostenaufwändig.

Themen

- Firmarate (</suche/schlagworte/Firmarate>)
- Jörg Martin (</suche/schlagworte/J%C3%BCrg+Martin>)
- Liane Feisel (</suche/schlagworte/Liane+Feisel>)
- Flugbuchung (</suche/schlagworte/Flugbuchung>)
- Consulting (</suche/schlagworte/Consulting>)
- Inge Pirner (</suche/schlagworte/Inge+Pirner>)
- Easyjet (</suche/schlagworte/Easyjet>)

Die Kommentare für diesen Artikel sind geschlossen.