



Kontakt: fischerAppelt, ziegler  
Dr. Matthias Larisch  
Tel: +49 69 / 427 26 16 - 846  
Fax: +49 69 / 427 26 16 - 822  
E-Mail: [amex@fischerappeltziegler.de](mailto:amex@fischerappeltziegler.de)

## PRESSEINFORMATION

### American Express Business Travel: Die „Neue Normalität“ bei Geschäftsreisen

#### Online-Kampagne ermöglicht Benchmarking im Bereich Travel Management

**Frankfurt am Main, 3. Mai 2010 – Travel Manager sind davon überzeugt, dass 2010 wieder mehr geschäftlich gereist wird. Die Reisehäufigkeit wird jedoch aller Voraussicht nach nicht mehr auf frühere Niveaus zurückkehren. Denn es hat sich ein Paradigmenwechsel vollzogen: Aufgrund einer höheren Sensibilität gegenüber Reisekosten sind der Return on Investment sowie kostengünstige Alternativen zu Geschäftsreisen bedeutungsvoller geworden. Dies ergab eine weltweit für American Express Business Travel durchgeführte Befragung von Travel Managern.**

Derzeit ist zu beobachten, dass viele Unternehmen verstärkt in Technologien investieren, die helfen Kosten zu sparen und effizienter zu arbeiten. 74 Prozent der Befragten weichen inzwischen auf Telefonkonferenzen aus und rund 72 Prozent auf webbasierte Online-Konferenzen, wenn ein persönliches Treffen nicht unbedingt notwendig ist. Nur knapp zehn Prozent der befragten Unternehmen haben noch keine Alternativen zu persönlichen Meetings etabliert. Auch in Online-Buchungstools wird immer häufiger investiert. Ihr Vorteil: Die jeweiligen Reiserichtlinien können in das System integriert werden, so dass ihre Einhaltung sichergestellt werden kann. Bereits 64 Prozent der befragten Unternehmen nutzen ein Online-Buchungstool für die professionelle Abwicklung von Geschäftsreisen.

„Travel Manager stehen vor ganz neuen Herausforderungen – sie müssen daher zum Teil grundlegend umdenken. Die Situation ist gleichermaßen geprägt von Kosteneinsparungen sowie erhöhtem Rechtfertigungsdruck“, so Kaveh Atrak, General Manager Central and Northern Europe bei American Express. „Wir unterstützen Unternehmen dabei, diesen Weg zu gehen und ihr Geschäftsreise-Management der „Neuen Normalität“ entsprechend zu optimieren.“ Auf der Website <http://newnormalquiz.americanexpress.com> können Travel Manager mit Hilfe eines kurzen Fragebogens ermitteln, wie gut ihr Unternehmen im Vergleich zu anderen bereits auf diese Herausforderungen vorbereitet ist. Die Teilnehmer erhalten schon während der Beantwortung der Fragen Benchmarks sowie Tipps, wie sie ihr Geschäftsreise-Management optimieren können. Der Fragebogen berücksichtigt verschiedene Felder des Travel



Managements – abgefragt wird beispielsweise, welche Maßnahmen die Unternehmen bereits umgesetzt haben, um die Reisekosten zu senken, und welche Methoden sie anwenden, um die Nachfrage nach Reisen zu steuern. Auch die Einführung, Umsetzung und Kontrolle von Reiserichtlinien sowie der Einsatz neuer Technologien werden berücksichtigt.

### **Kontrolle der Reiseausgaben nimmt zu**

Die Untersuchung zeigt auch, dass professionelles Management von Reisekosten zunehmend an Bedeutung gewinnt. Bereits mehr als jedes zweite befragte Unternehmen nutzt ein Internet-tool zur Reisekostenkontrolle. Von diesen wiederum verknüpfen 86 Prozent das Tool mit ihrer Firmenkreditkarte – so sparen sie Prozesskosten und Zeit, da die manuelle Eingabe entfällt. Die Ergebnisse der Analysen werden insbesondere genutzt, um bessere Verträge mit Anbietern von Reisedienstleistungen auszuhandeln (74 Prozent) sowie die Einhaltung der Reiserichtlinien zu überprüfen (66 Prozent). Viele Unternehmen greifen inzwischen härter durch, wenn die Reiserichtlinien missachtet werden. 65 Prozent der Befragten sprechen bereits bei erstmaligem Verstoß gegen die Richtlinien eine Verwarnung aus, knapp 22 Prozent informieren den Vorgesetzten oder die Personalabteilung.

Während das Travel Management inzwischen bei vielen Unternehmen eine hohe Professionalität aufweist, gibt es im Veranstaltungs-Management noch großen Nachholbedarf: Nur rund 27 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, spezielle Richtlinien für die Durchführung von Veranstaltungen zu haben. Die Verantwortung für Meetings ist traditionell auf verschiedene Abteilungen verteilt. Damit steigt die Gefahr von Ineffizienzen bei der Lieferantenauswahl und beim Einkauf.

### **Über die Befragung**

Promedia.travel befragte im Januar 2010 im Auftrag von American Express Business Travel 169 Travel Manager aus mehr als 30 Branchen. Im ersten Schritt wurde eine Online-Befragung durchgeführt, anschließend telefonische Interviews mit einzelnen Travel Managern. Die befragten Unternehmen verfügen über Standorte in Afrika, Asien-Pazifik, Europa, Nord-, Mittel- und Süd-Amerika sowie im Nahen Osten. Die englischsprachige Studie kann unter [amex@fischerappeltziegler.de](mailto:amex@fischerappeltziegler.de) angefordert werden.

### **Über American Express Business Travel**

American Express Business Travel ([www.americanexpress.de/businesstravel](http://www.americanexpress.de/businesstravel)), ein Unternehmensbereich des Reise- und Finanzdienstleisters American Express International, Inc., entwickelt weltweit Lösungen für die Optimierung des Travel Managements in Unternehmen. Als globaler Dienstleister unterstützt der Geschäftsbereich Business Travel branchenunabhängig kleine, mittelständische und international tätige Konzerne in der Planung, Durchführung und Kontrolle des Geschäftsreisemanagements. Durch innovative Reisebuchungstechnologien, umfassende Beratungsleistungen in der Erarbeitung von Einkaufsstrategien sowie durch die Unterstützung in den Verhandlungen mit Zulieferern und Kunden stellt American Express Business Travel ein professionelles Einkaufs- und Mobilitätsmanagement zur Verfügung. Über die Online-Community [www.BusinessTravelConneXion.com](http://www.BusinessTravelConneXion.com) gibt es für Travel-Manager und Leistungsträger eine interaktive Plattform mit Marktanalysen, Fallstudien, Umfragen und der Möglichkeit zum interaktiven Austausch. American Express Business Travel verfügt über eines der größten Reisebüronetzwerke weltweit und ist in 140 Ländern vertreten. Der Gesamtumsatz im Bereich Global Travel betrug 2009 21,5 Milliarden US-Dollar.