

AIRLINE-QUARTETT
Angstfrei nach Afrika

BUSINESS-MODE
Gut gekleidet zum Termin

HOTEL-BONUS
Treue zahlt sich aus

Nr. 6 • bis Februar 2009 • 2,80 Euro
www.biztravel.de

BizTravel

EIN **fvw** MAGAZIN

GESCHÄFTSREISEN BESSER PLANEN UND EINKAUFEN

WIE WIRD
2009 IM
BUSINESS
TRAVEL?

MONACO
Faszinierende Welt
jenseits des Jetset

FLÜGE
Schnell mal gespart mit
dem Firmenprogramm

Für HTP-Travel
Management
MANUELA
KUBISCH
das Reisebüro
unverzichtbar

UNTERNEHMEN UND REISEBÜRO

Ein jumbostarkes Team

Mit einem guten Geschäftsreisebüro im Rücken haben es Mittelständler leichter.
Wie Sie den passenden Partner finden und was er für Sie leisten sollte.

VERHANDELN
Die besten Kniffe fürs
Einkaufsgespräch

STUDIO CITY



**ANNA-THERESA HEUER
UND DIRK LAFRENTZ** betreu-
ten den BizTravel-Stand bei
der BTS. HRS-Chef Hartmut
Keil erhielt nach 2006 erneut
den Innovation Award.



zu erzielen. „Firmen nehmen immer stärker die Kosten von Tagungen und Events ins Visier“, sagt Günther Wieser, Travel Manager beim Pharmahersteller Astra Zeneca. Seinen Kollegen rät er, sich des Themas anzunehmen und die Ausgaben ihrer Firma im Tagungssegment zu eruieren: „Profilieren Sie sich damit, oder sichern Sie so Ihren Job!“ Hilfreich sind hier die neue Meeting-Karten etwa von Airplus – auch um Transparenz ins Tagungsvolumen zu bringen.

Möglichst früh buchen

Tipps für „Best Buy im Mittelstand“ hielt eine weitere BTS-Expertenrunde bereit. „Drängen Sie Ihre Reisenden, Flüge so früh wie möglich zu buchen“, rät Harald Cichos von der Braunschweiger Maschinenfabrik. „Und prüfen Sie, ob sich für Standardflüge eine Buchungssoftware lohnt.“ Eindeutige Reiserichtlinien – „muss“

statt „sollte“ – sind ebenso unerlässlich wie der Rückhalt bei der Geschäftsführung. „Holen Sie sich das Mandat des Top-Managements“, empfiehlt Cichos.

Preis-Leistung muss stimmen

Das Thema Preise stellten auch die Hotelmarken in den Vordergrund. Die Günstigkette B & B zum Beispiel will ihr Angebot in Deutschland von derzeit 15 auf 60 Häuser Ende 2010 erweitern: „Mit kostenfreiem W-Lan und Parken sind wir ideal für Geschäftsreisen“, wirbt Deutschland-Chef Mark Thompson. Aber auch Park Inn, Accor, Mövenpick oder Westin präsentierten sich. Ebenso wie die Welcome-Hotels mit ihren Tagungshäusern. Ihr Motto „Vier-Sterne-Qualität zum Drei-Sterne-Preis“ war symbolisch auf die meisten Aussteller übertragbar. Denn trotz voraussichtlich höherer Raten will am Ende jeder vergleichsweise günstig dastehen. „Statt nur um ‚billig‘ geht es heute eher um ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“, bringt es ein BTS-Besucher auf den Punkt. >|

biztravel.de

Mehr zum **Thema** jetzt online unter
biztravel.de/bts

Achtung: Der Feind hört mit

Statt Politikspionage jetzt Datenklau bei Geschäftsreisenden: Der deutsche Mittelstand gerät ins Visier ausländischer Geheimdienste. Ein Bericht vom Forum Business Travel in Köln.

„Finden Sie James Bond aufregend?“ Christian Schaaf, Geschäftsführer von Corporate Trust, schaut ins Publikum. „Vergessen Sie’s! Die Realität ist viel spannender.“ Nämlich so spannend wie der Vortrag von Schaaf, dem die 150 Besucher des Forums Business Travel beim fvw Kongress in Köln lauschten. Fakt ist: Jedes fünfte Unternehmen in Deutschland leidet unter Industriespionage und Datenklau. Besonders gefährdet sind Geschäftsreisende, die mit sensiblen Firmendaten auf Laptop, USB-Stick oder CD-ROM unterwegs sind. Oder die im Ausland telefonieren oder in einer vermeintlich ruhigen Ecke der Hotelloobby Business-Gespräche führen.

Vor allem der Mittelstand sorgt kaum gegen diese Art der Auslandsspionage vor – dabei sind Abhöranlagen oder illegale Daten-

überspielungen in Hotels zahlreicher Staaten Alltag. Besonders kritisch sind China mit über 800.000 Spionen und Russland mit 140.000 Agenten. Die Geheimdienste beider Länder sind gezielt darauf aus, deutsches Know-how abzuziehen. Telefongespräche in Hotels werden systematisch abgehört. „Auch der Internet-Zugang in den Hotels sollte für Geschäftsreisende tabu sein“, sagt Schaaf. Informationen sollten Geschäftsreisende höchstens verschlüsselt austauschen.

Hotel: Welche Rate ist die beste?

Weitere Themen beim Forum Business Travel in der Kölner Messe waren die Globalisierung des Geschäftsreisemanagements mit Hilfe des Reisebüros sowie der oft herrschende Preiswarr der Hotels. In Sachen Globali-

sierung rieten die vier Experten auf der Bühne zu einem schrittweisen Vorgehen. „Am besten fängt man mit den einfachsten Ländern an“, sagte Christian Spangenberg von FCM DER. Dann ließen sich schnell erste Erfolge vorweisen. In der Hoteldiskussion zeigte sich, dass die Ketten immer stärker auf so genannte dynamische Firmenraten setzen statt auf fix vereinbarte Nettopreise.

➔ **DIE BESTEN PRAXISTIPPS** aus allen drei Seminaren des Forums Business Travel lesen Sie in den nächsten BizTravel-Ausgaben. In Heft 1/09 (erscheint am 25. Februar 2009) beginnen wir mit dem Thema Industriespionage. Falls Sie den beiliegenden Abo-Bestellbogen noch nicht ausgefüllt haben, tun Sie es jetzt. Dann erhalten Sie BizTravel künftig druckfrisch und garantiert kostenlos.