

Eine neue Buchungskultur

Die Einführung einer Internet Booking Engine fordert nicht nur viel Einsatz vonseiten der Travel Manager, auch die Mitarbeitenden müssen ihr Buchungsverhalten ändern.



Nicholas Pedersen (HRG), Renate Kobel (CS) und Antonia Fellmann (Amadeus).

«Die Leute müssen sich mit globalen Reise- und Spesenweisungen auseinandersetzen».

Über die Implementierungskosten möchte Renate Kobel, Travel Manager Switzerland bei der Credit Suisse, nicht sprechen. Sie ist aber überzeugt davon, dass sich der Entscheid für eine Internet Booking Engine (IBE) mittelfristig bezahlt macht: «Bereits vor 2006 verfügte die CS über ein Buchungstool, das aber nicht für alle Divisionen aufgeschaltet war und das vor allem für Point-to-point-Verbindungen genutzt wurde», so Kobel. Um eine effizientere Kosten- und Zeitersparnis sowie eine bessere Umsetzung der Reiserichtlinien zu erreichen, entschied sich die CS schliesslich für e-Travel von Amadeus. Ausschlaggebend für die Wahl seien Faktoren wie Benutzerfreundlichkeit, Implementierungs- und Betriebskosten, Data Privacy & Security sowie die europäische Fokussierung gewesen.

Vorsichtige Adoption Rate. Bei der Entscheidung unterstützt wurde Renate Kobel von Nicholas Pedersen, HRG Business Services, Consultant Europe: «Nicht alles, was vom Ausland herüberschwappt, macht auch in der Schweiz Sinn. Jede Firma und jedes Buchungsverhalten sind unterschiedlich, sodass man sich realistische Ziele setzen muss.» Aus diesem Grund hat Pedersen die Latte für die Adoption Rate im ersten Jahr bei 15 Prozent angesetzt, im zweiten Jahr soll sie bei 30 Prozent und im dritten bei 40 Prozent liegen. Das sehe im Vergleich mit den USA, wo man 80 Prozent erreiche, relativ tief aus, doch habe jedes Unternehmen Spezialbedürfnisse und viele Unbekannte, die es zu berücksichtigen gebe.

Nachdem das Tool von der CS IT Security, der CS Legal and Compliance sowie der CS IT abgesegnet wurde, erfolgte im November 2006 der Projektstart. «Nach einigen Hürden mit der Security und der Abnahme konnte im Mai 2007 ein Pilot-Durchlauf gemacht werden, der zeigte, ob alles den Bedürfnissen des Kunden entsprach», so Pedersen. Das Roll out und die Schulungen erfolgten in Wellen von je 500 Personen. Evaluert wurde in dieser Zeit, wie sehr man das Tool ausreizen sollte, ohne die Benutzer mit zusätzlichen Informationen zu verwirren. So habe man sich beispielsweise entschlossen, Funktionen wie das Buchen von Wartelisten erst später aufzuschalten.

Mehr Eigenverantwortung. Für Travel Manager Renate Kobel bestand die grösste Herausforderung darin, die Buchungskultur der Credit Suisse zu verändern. «Früher wurden komplexere Buchungen mit einem Griff zum Telefonhörer zentral getätigt, heute ist Eigenverantwortung gefragt – die Leute müssen sich mit globalen Reise- und Spesenweisungen auseinandersetzen.» Erste Erfolge hätten sich aber bereits gezeigt, beispielsweise sei ein starkes Mandating vom obersten Management zu spüren. Man habe klare Ziele und Abgrenzungen definiert. So müssten die sechs am stärksten frequentierten Strecken online gebucht werden, alles andere könne über das Telefon abgewickelt werden. Auch den VIP-Bereich habe man ausgegrenzt. «HRG hat viel Erfahrung, was die Implementierung betrifft, ich sehe eine klare Verbesserung gegenüber der alten Lösung und die allgemeine Akzeptanz ist gut», sagt Kobel. Innerhalb 14 Tagen seien sämtliche Divisionen auf das neue Tool aufgeschaltet worden; im Juli 2007 habe die Adoption Rate bereits 11 Prozent betragen.

Zurzeit benutzen 3100 User das System; bei HRG sind bis Ende September 1255 Support-Anfragen eingegangen. «Etwa 40 Prozent davon betrafen Login- und Passwort, und 60 Prozent Buchungsfragen. Die CS-Mitarbeiter spielen nicht mit dem Tool herum, sondern wenden sich gleich an HRG, wodurch wir sofort reagieren können», sagt Pedersen. Nach zukünftigen Zielen befragt, antwortet Renate Kobel, sie wolle die Adoption Rate erhöhen und die Travel Policy der CS sehr strikt umsetzen. Zudem sollen Schnittstellen implementiert werden. «Wir wollen zufriedene Reisende, die möglichst einfach buchen können», meint die Travel Managerin. **DEW**

tm