

Business Traveller Report

Geschäftsreisende 4.0 –

Ihre Ansprüche und die Herausforderungen
für Unternehmen



2016

Inhaltsverzeichnis

Über diesen Report	4
Methodik	5
Richtlinien und was sie wert sind	6
Reiserichtlinien – Verbreitung und Inhalt	6
Vorgaben zu Buchung und Abrechnung – und deren Einhaltung	8
Exkurs: Fehler in der Reisekostenabrechnung	10
Learnings	11
Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird	12
Privates Device vs. Firmendevise	12
Mobile Apps für Geschäftsreisen und deren Integration	14
Work-Life-Balance auf Geschäftsreisen	16
Reisezeit ist Arbeitszeit	17
Optimierungsbedarf aus Sicht der Geschäftsreisenden	18
Mobile Payment	19
Exkurs: Mitarbeiterzufriedenheit im War for Talents	20
Learnings	21
Ausblick	22
Case-Study DHL	24
Über STRATECO	26
Über Concur	27



Über diesen Report

Was Sie erwartet

Demografischer Wandel, Digitalisierung, sich ständig ändernde gesetzliche Vorgaben und neue Vertriebsstrategien der Anbieter – die Business-Travel-Welt ist im Wandel. Und es ist nicht absehbar, dass diese Entwicklung still steht. Reisende reagieren entsprechend darauf. Geschäftsreisende 4.0 nutzen intelligente und digital vernetzte Systeme, sind ständig online und erhalten individualisierte Angebote, zugeschnitten auf ihre Bedürfnisse.

Doch welche Bedürfnisse sind das? Sind Reiserichtlinien noch zeitgemäß?

Und sind Lösungen für die Reiseplanung und -abrechnung aus einer Zeit, als Geschäftsreisen noch weniger komplex waren, für Unternehmen die richtigen Mittel, um die Kontrolle und Transparenz zu behalten?

Bereits 2015 zeigte sich im ersten Business Traveller Report, dass es Geschäftsreisende mit der Einhaltung der Vorgaben nicht so genau nehmen.

2016 – so viel sei vorweggenommen – hat sich daran nicht viel geändert. Dazu kommen im aktuellen Report Erkenntnisse zu Work-Life-Balance, mobilem Bezahlen und integrierten Apps.

Wenn der Mitarbeiter selbst über Wege der Buchung und Bezahlung seiner Reise entscheidet, dann heißt es einmal mehr: Ermutigen, nein befähigen Sie ihn dazu, kluge Entscheidungen zu treffen. Dazu müssen Sie seine Wünsche und Erwartungen kennen. Ein Blick in den Business Traveller Report 2016 ist ein guter erster Schritt dazu.

Über diesen Report

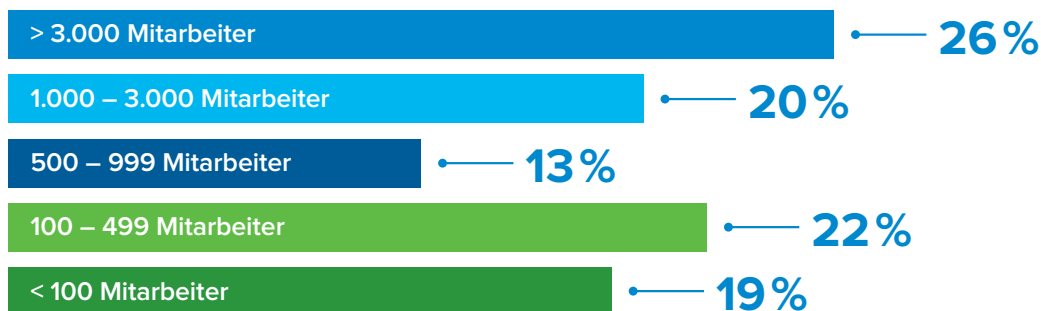
Methodik

480 Geschäftsreisende aus Unternehmen aller Größenklassen wurden im Juni 2016 an einem großen deutschen Flughafen zu den bestehenden Prozessen in ihrem Unternehmen und ihren Erwartungen an die moderne Geschäftsreise befragt.

Um die Neutralität der Befragung zu gewährleisten, wurde die Unternehmensberatung STRATECO mit der Durchführung der Befragung und Auswertung der Ergebnisse beauftragt.

Hinweise: An einigen Stellen der Befragung war den Teilnehmern eine Mehrfachauswahl möglich, daher können die summierten Prozentwerte stellenweise von 100 % abweichen. Um die Lesbarkeit der Studie zu vereinfachen, wird auf die zusätzliche Formulierung der weiblichen Form verzichtet. Die ausschließliche Verwendung der männlichen Form soll daher bitte explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden.

Größenverteilung teilnehmender Unternehmen



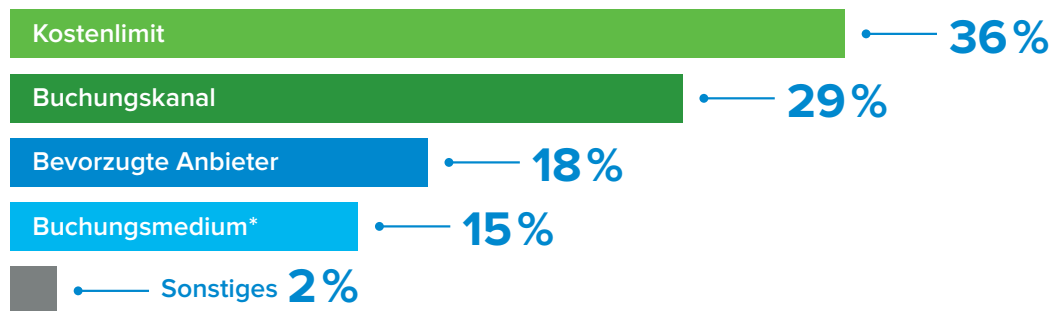
Richtlinien und was sie wert sind

Gibt es in Ihrem Unternehmen offizielle Reiserichtlinien für Geschäftsreisen?

Im Vergleich zur letztjährigen Studie hat sich die Zahl der Unternehmen, die eine Reiserichtlinie im Einsatz haben, leicht gesteigert. 88 Prozent der Befragten gaben an, dass eine offizielle Reiserichtlinie besteht – und das ist erfreulich.

Trägt eine Reisekostenrichtlinie doch maßgeblich dazu bei, Reisebudgets nicht zu überschreiten, da Geschäftsreisende ohne Vorgaben häufig nicht nach dem Kosten-, sondern nach dem Komfort-Aspekt buchen.

Welche Punkte schreiben Reiserichtlinien am häufigsten vor?



* Telefon, PC, mobil

Reiserichtlinien geben vor allem Kostenlimits und Buchungskanäle vor – genau in diesen Bereichen wünschen sich die Reisenden aber auch mehr **Freiheiten**: 64 Prozent der Personen, die angegeben

haben, eine Reiserichtlinie beachten zu müssen, erwarten mehr Mobilität, Flexibilität und Wahlmöglichkeiten, was Preisobergrenzen und Buchungskanäle angeht sowie eine bessere User Experience im

Richtlinien und was sie wert sind

Buchungssystem. Unternehmen reagieren zwar auf diese veränderten **Bedürfnisse** und geben den Reisenden mehr Freiheiten. Trotzdem halten sich immer noch 18 Prozent nicht immer an die Reiserichtlinie. Gehen Geschäftsreisende bei der Buchung andere

Wege, als von der Reiserichtlinie vorgesehen, fehlen dem Unternehmen Daten zur Buchung. Das senkt die Transparenz in Ausgaben, erschwert die Kommunikation mit den Reisenden und damit auch die Lokalisierung und die Einhaltung der **Fürsorgepflicht**.



18% der Befragten – das ist **fast jeder Fünfte** – hält sich **nicht** an die Reiserichtlinien bei Geschäftsreisen.



Expertentipp:

Schmerzfrei durch den Reisekostenprozess

Auf der Concur Homepage finden Sie ein hilfreiches Dokument dazu:

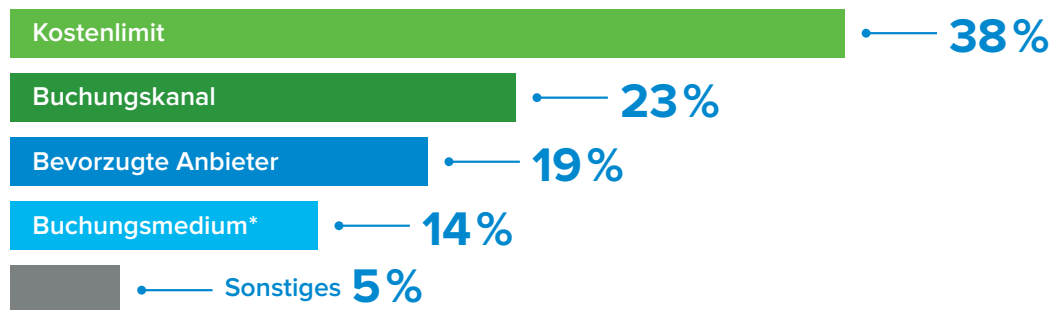
„Ein praktischer Leitfaden für die Erstellung Ihrer Reiserichtlinie“

<https://www.concur.de/resources/reiserichtlinie>



Richtlinien und was sie wert sind

Bei welchen Punkten halten sich Geschäftsreisende nicht an die Richtlinien?



* Telefon, PC, mobil

Traurige Erkenntnis: Die Reihenfolge der Punkte, an die sich die Reisenden nicht halten, ist deckungsgleich mit den für Travel Manager wichtigsten Aspekten der Reiserichtlinien.* Strikte Vorgaben allein

scheinen also nicht des Rätsels Lösung zu sein. Die Geschäftsreisenden fordern u. a. **mehr Flexibilität und Freiheiten**, während die Travel Manager bemüht sind, die **Kontrolle** zu behalten.

* vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016



Ruhig mal an die eigene Nase fassen!

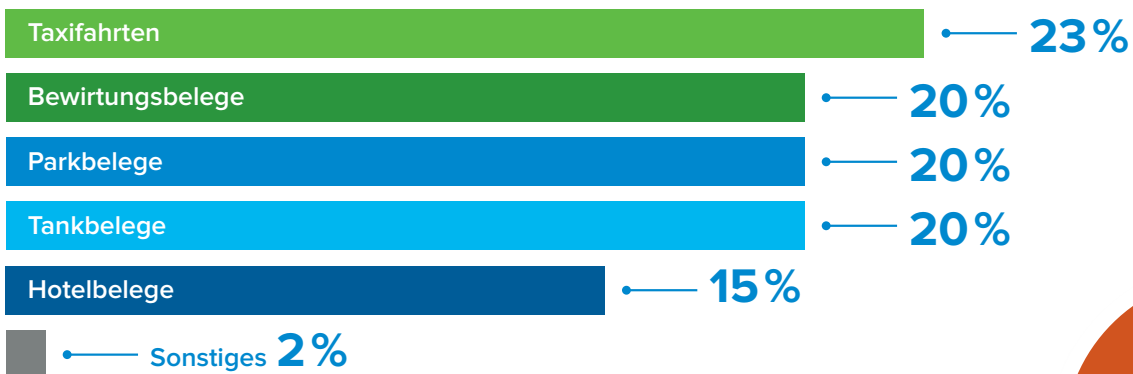
Besonders Personen aus der **Geschäftsführung, der Finanz- und der Rechtsabteilung** sind geneigt, die Reiserichtlinien nicht immer einzuhalten. Mitarbeiter aus dem Bereich **Finanzen** ignorieren vor allem die Vorgaben zum **Kostenlimit**.

Richtlinien und was sie wert sind

Wird bei der Reisekostenabrechnung geschwindelt?

Nicht nur, dass sich bei der Buchung oft nicht an die Vorgaben gehalten wird, auch bei der Abrechnung wird geschummelt!

Am beliebtesten sind das Einreichen von privaten Taxibelegen und das Essen gehen mit Familie und Bekannten auf Firmenkosten.



Skrupellose Reisende:

„Bei einer Taxifahrt über 20 € habe ich mir eine Quittung über 50 € ausstellen lassen und abgerechnet.“



Paradox:

Unsere Untersuchung zeigt: Insbesondere die Kollegen aus der **Rechtsabteilung** neigen dazu, bei ihrer Reisekostenabrechnung zu schwindeln.

Richtlinien und was sie wert sind

Exkurs: Wie entstehen Fehler in der Reisekostenabrechnung?

Der Teufel steckt im Detail und so gibt es verschiedenste Ursachen für Fehler in der Reisekostenabrechnung.

Am meisten geschummelt, so ergab unsere Umfrage, wird bei der Abrechnung von Taxifahrten und Bewirtungsbelegen, da rutscht auch gerne mal eine private Quittung dazwischen. Fehler passieren aber nicht zwangsläufig vorsätzlich. Gerade bei manuellen Prozessen verrutscht schnell ein Komma oder es schleichen sich Tippfehler ein.

Wenn man den gesamten Abrechnungsprozess betrachtet, so ist die **Hauptursache für Fehler** in den **steuerrechtlichen Angaben** zu finden*. Diese wären durch eine Vereinfachung von Seiten des Gesetzgebers reduzierbar.

Weitere Fehlerquellen im Abrechnungsprozess haben oft banale Gründe:

- Tippfehler und Übertragungsfehler
- Unwissenheit (komplexes Reisekostenrecht und dadurch entstehende Missverständnisse oder immer kompliziertere Regelungen für Mahlzeiten und Übernachtungen)
- Fehlende Belege
- Unvollständige Angaben

* Quelle: VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016

Richtlinien und was sie wert sind

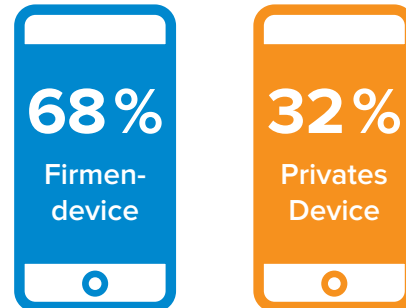


Learnings

Reiserichtlinien können einen großen Beitrag zur Einhaltung von Budgets und Transparenz von Ausgaben im gesamten Geschäftsreiseprozess leisten – sie sind aber kein Allheilmittel. Denn Reisende sind am Ende auch nur Menschen, die sich nicht in starre Prozesse zwingen lassen. Unternehmen, die sich nicht mit technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen auseinandersetzen, regieren bald mit Reiserichtlinien, die immer weiter von den persönlichen Bedürfnissen der Geschäftsreisenden abweichen. Sinnvolle und an Trends angepasste Richtlinien, moderne Buchungssysteme und digitalisierte Prozesse vermeiden Fehler, die durch manuelle Eingaben entstehen und bieten den Nutzern einen Komfort, den sie von externen Anwendungen gewohnt sind. „Traveller Centricity“ heißt das Stichwort: Sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiter für die Wichtigkeit von Unternehmensprozessen und beziehen Sie deren Bedürfnisse mit ein!

Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Nutzen Sie Ihr privates Device (Handy oder Tablet) für Geschäftsangelegenheiten oder bekommen Sie von Ihrem Arbeitgeber ein Device gestellt?



Zwei Drittel der Befragten nutzen auf Reisen ein vom Unternehmen zur Verfügung gestelltes Smartphone oder Tablet. Der Anteil ist höher in Unternehmen, in denen es eine Reiserichtlinie gibt: **Managed Travel par Excellence**. Denn die App-Nutzung lässt sich

auf Firmendevices besser kontrollieren, Anwendungen können an bestehende Unternehmensprozesse angebunden werden und die integrierten Systeme sorgen für weniger Systembrüche, mehr Transparenz und Kontrolle.



Bring-Your-Own-Device – BYOD

ist die Bezeichnung dafür, private IT-Werkzeuge für berufliche Zwecke zu nutzen und diese in die Netzwerke von Unternehmen zu integrieren.



Company-Owned-Personally-Enabled – COPE

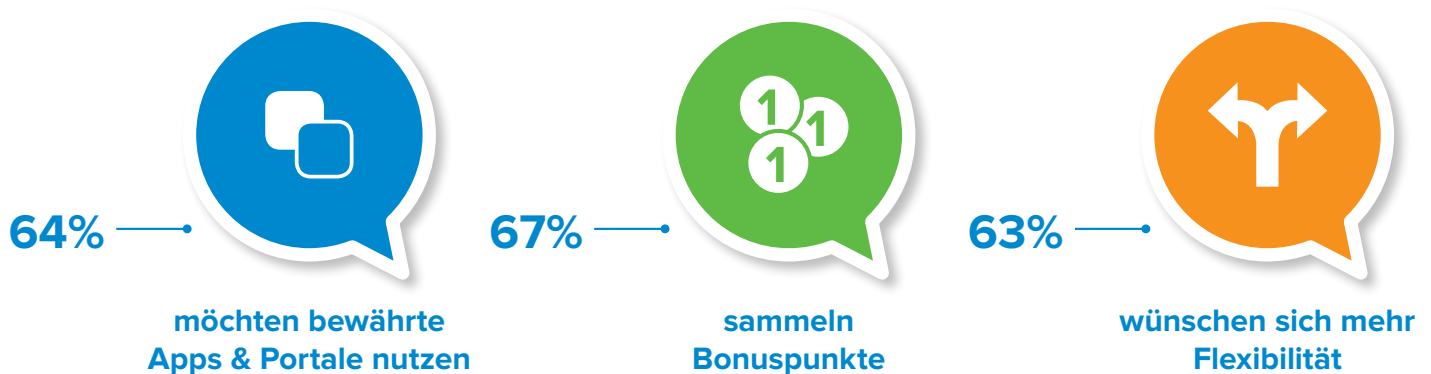
bezeichnet die Möglichkeit der Privatnutzung von Unternehmens-IT.

Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Was macht Geschäftsreisende zufriedener?

Reisende nutzen lieber ihre privaten Devices für geschäftliche Angelegenheiten: 85 Prozent der Nutzer eines privaten Devices sind zufrieden bzw.

sogar sehr zufrieden. Bei Geschäftsreisenden, die ein vom Arbeitgeber gestelltes Device nutzen, sind es nur 66 Prozent.



Doch was steigert die Zufriedenheit der Reisenden? Was benötigen die Business Traveller von morgen? 64 Prozent gaben an, dass sie Apps und Portale, die sie bereits aus dem privaten Umfeld kennen, auch für Geschäftsreisen nutzen möchten. 67 Prozent

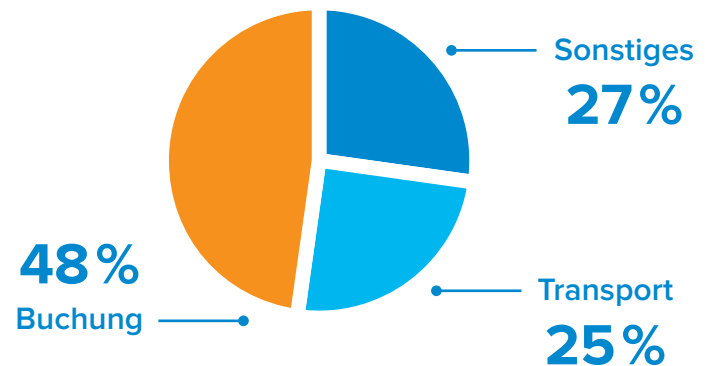
haben bei vielen Anbietern ein Kundenprofil und sammeln dort Bonuspunkte. Und 63 Prozent wünschen sich mehr Flexibilität, Wahlmöglichkeiten und eine bessere User Experience von ihrem Buchungssystem.

Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Welche drei Mobile Apps verwenden Sie für Ihre Geschäftsreisen am häufigsten?

Travel-Apps haben meist nur eine ergänzende Funktionalität. Wenn sie aber nicht in Unternehmensprozesse eingebunden sind und Reisende sie trotzdem auch für die Buchung nutzen, hat das Folgen.

Maverick Buying, also Buchungen jenseits der festgelegten Beschaffungskanäle, verschenkt Vorteile von verhandelten Firmenkonditionen, erschwert Transparenz in Daten und die Einhaltung der Fürsorgepflicht.



BUCHUNG

- Booking.com
- Airline-App
- Hotel-App
- Tripadvisor

TRANSPORT

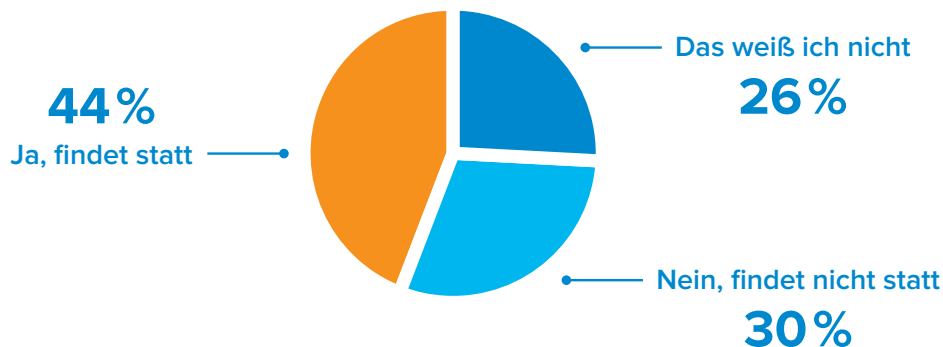
- Uber
- ÖPNV
- mytaxi

SONSTIGES

- Google Maps
- Reisemanagement-Apps
- Andere

Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Bei Nutzung des Firmenhandys: Sind Business-Apps in die Unternehmensprozesse eingebunden, d.h. findet ein Datenaustausch zwischen den Apps und internen Systemen statt?



In mindestens 30 Prozent der Fälle kommt es zu **Systembrüchen** bei der Verwendung von Business Apps auf dem Firmendevise, da kein Datenaustausch mit den unternehmensinternen Systemen erfolgt. Das Reise- und Reisekostenmanagement ist mit 33 Prozent der Bereich, in dem bislang die **stärkste Integration** festzustellen ist.

Es zeigt sich außerdem, dass Geschäftsreisende mit dem Reisebuchungs- und Reisekostenabrechnungsprozess deutlich zufriedener sind, wenn ihre Business Apps in die internen Systeme integriert

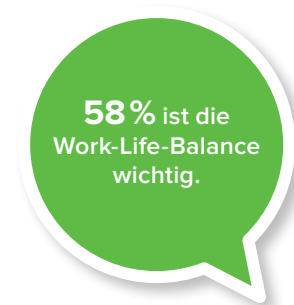
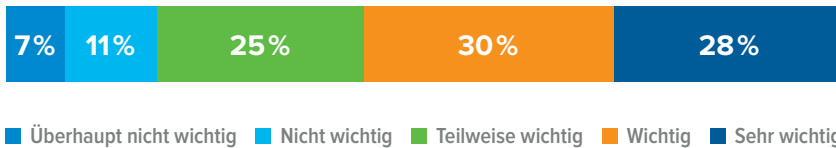
sind. 77 Prozent gaben hier an, dass Sie zufrieden oder sehr zufrieden sind, während dies bei den Befragten mit Systembrüchen nur bei etwa der Hälfte der Fall war.

30% Systembrüche



Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Wie wichtig ist die Work-Life-Balance auf Geschäftsreisen?



Wie sorgen Sie für eine gute Work-Life-Balance auf Dienstreisen?

Ich achte bei der Flugbuchung auf Annehmlichkeiten (*Sitzplatz, Direktflug, Umsteigezeiten etc.*)



Ich achte bei der Hotelbuchung auf die Lage (*kurze Strecken, Annehmlichkeiten in der Nähe*)



Ich achte bei der Hotelbuchung auf Annehmlichkeiten (*Fitnessstudio etc.*)



Ich bereite mich gut auf die Reise vor (*Informationen zum Zielort, zur Sicherheit, gesundheitliche Vorsorge*)



Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Reisezeit ist Arbeitszeit

Neben Verspätungen, Streiks, Flug- und Zugausfällen gibt es auch hausgemachte Faktoren, die den Return on Investment einer Geschäftsreise gefährden. Schlecht gewählte Unterkünfte, nicht praxisnahe Reiserichtlinien, fehlende Informationen zur Orientierung und umständliche Buchungs- und Abrechnungsprozesse tragen zu erhöhtem Stress bei.

Wie gelingt Unternehmen der Spagat zwischen Kostendruck und Mitarbeitermotivation?

Weit mehr als die Hälfte der befragten Business Traveller gab an, dass ihnen die Work-Life-Balance auf Geschäftsreisen wichtig ist. Für Unternehmen heißt das: die **soften Faktoren** nicht aus den Augen verlieren, denn es geht dabei nicht nur um die Einsparung von Kosten, sondern um die Produktivität eines Business Trips als solchem.

Ein Boutique-Hotel in der Stadt, das sich zwar nicht auf Geschäftsreisende spezialisiert hat, aber die Möglichkeit bietet, am Abend noch ein wenig die Umgebung zu erkunden? Oder ein Business Hotel am Flughafen, das morgens eine wertvolle Stunde Anreise erspart? Der teure Direktflug, der aber mehrmaliges Umsteigen vermeidet? Nicht immer ist die günstigste auch die beste Option.

Stress kostet Geld

Gestresste Mitarbeiter haben auf Geschäftsreisen einen direkten Einfluss auf den Erfolg des Unternehmens. Denn wer gestresst ist, kann Geschäftstermine nicht produktiv wahrnehmen oder Verhandlungen effektiv führen.

Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Was nervt Geschäftsreisende am meisten?



Offensichtlich ist aus Sicht der Geschäftsreisenden der Workload, der in Folge papierbasierter und nicht automatisierter Prozesse bzw. aufgrund starrer

Richtlinien und Bürokratie entsteht, das Hauptärgernis. Hier besteht der größte **Optimierungsbedarf**. Aus Sicht der Unternehmen ist dies im Grunde ein erfreuliches Ergebnis. Bieten doch gerade diese Aspekte besonders geeignete Ansatzpunkte, durch **integrierte End-to-End-Lösungen** und generell durch Digitalisierung und Automatisierung die Optimierung voranzutreiben.

Das wünschen sich die Reisenden:



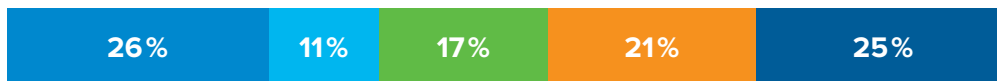
Bei der Reisebuchung und Reisekostenabrechnung sehen die Reisenden selbst Verbesserungspoten-

zial in den Prozessen, der Bedienung der Systeme sowie der Kostenrückerstattung.

Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

E-Payment / Mobile Payment – Welche Rolle spielt das bereits?

Wie wichtig wäre es für Sie, zukünftig auf Geschäftsreisen das Smartphone häufiger als mobile Bezahlmöglichkeit nutzen zu können?



■ Überhaupt nicht wichtig ■ Nicht wichtig ■ Teilweise wichtig ■ Wichtig ■ Sehr wichtig

46%
möchten mobil zahlen.

Ist das Thema E-Payment ein Zufriedenheitsfaktor für Business Traveller?

Jeder zweite Business Traveller nutzt unterwegs bereits **mobile Bezahlmöglichkeiten**. Weitere 39 Prozent können sich das für die Zukunft vorstellen. Acht von zehn vielreisenden Fach- und Führungskräften begleichen ihre Rechnungen am liebsten direkt per Handy, wenn sie die Möglichkeit dazu haben.*

Der Einsatz des mobilen Bezahls, am besten mit **NFC-Technik**, hat für beide Seiten Vorteile: Der Mitarbeiter muss keine Papierbelege sammeln und das Unternehmen hat einen weiteren Baustein für eine End-to-End-Lösung, die Transparenz und Kontrolle schafft sowie Fehlerquellen minimiert.

NFC beschreibt einen internationalen Übertragungsstandard zum Austausch von Daten per Funk auf kurze Entfernung – hauptsächlich verwendet in Zusammenhang mit Micropayment.

* „Chefsache Business Travel 2016“, DRV

Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird

Exkurs: Mitarbeiterzufriedenheit als friedliche Waffe im War for Talents

McKinsey Deutschland prognostiziert für das Jahr 2020 einen **Fachkräftemangel** von zwei Millionen Personen.*

Nach welchen Kriterien werden sich die Fachkräfte den neuen potenziellen Arbeitgeber aussuchen?

Die DRV-Initiative „Chefsache Business Travel 2016“ hat herausgefunden, dass 70 Prozent aller Reisenden die Attraktivität ihres Arbeitgebers in Abhängigkeit davon beurteilen, wie umfangreich er sie bei ihren Dienstreisen unterstützt.

Unterstützung meint auch Entscheidungsspielraum statt ein enges Korsett an Vorgaben.

Daher wird sich die Rolle des Travel Managers auch verändern: **Der Travel Manager wird zum Coach**, der den Mitarbeitern bei der Reiseplanung zur Seite steht, unternehmenseigene Anreize schafft und die Bedürfnisse der Mitarbeiter und des Unternehmens unter einen Hut bekommt. Es gilt mehr und mehr, die Balance zwischen Einsparungen für das Unternehmen und Freiheit für die Mitarbeiter zu finden.

* Quelle: McKinsey Deutschland



Wenn der Mitarbeiter zum Entscheider wird



Learnings

Unsere Ergebnisse zeigen, dass sich die Geschäftsreisenden verstärkt wünschen, ihre aus privater Nutzung angelegten Profile und bekannten Apps zu nutzen. Sie fordern mehr Flexibilität, Mobilität und Auswahlmöglichkeiten auf der einen Seite und geringeren Verwaltungsaufwand und Formulkrieg auf der anderen Seite. Das alte Modell eines linearen Buchungs- und Abrechnungsprozesses kann diese Anforderungen nicht erfüllen. Durch die fehlende Vernetzung der einzelnen Elemente entsteht eine Komplexität, die Reiseplanung und Reisekostenabrechnung zu einer zusammenhangslosen und umständlichen Erfahrung macht.

Endnutzer sollten deshalb als Innovationsmotor gesehen werden, denn viele Apps werden schon heute nicht nur privat genutzt. Ignorieren Sie den Trend nicht, sondern regulieren sie sanft, um am Ende nicht zu verlieren.

Ausblick

Unternehmensvorgaben haben als Allzweckwaffe ausgedient. Im Zuge des demografischen Wandels, der Digitalisierung und neuer Vertriebsstrategien der Anbieter lassen sich **Buchungsverhalten** und **Wildwuchs bei der Reisekostenabrechnung** nicht mehr in starre Regeln zwingen. Denn der Siegeszug von Smartphones, Tablets & Co. hat den Traum des Travel Managements von der Steuerung des Reisenden deutlich ausgebremst. Sie wünschen sich mehr Flexibilität, Mobilität und Wahlmöglichkeiten. Erhalten sie diese nicht, gehen sie eigene Wege. Sie entscheiden dann selbst, wann und wie sie Unternehmensgelder für Geschäftsreisen ausgeben. Mit fatalen Auswirkungen für **Datenqualität** und **Kostentransparenz**.

Angesichts des Drucks, weitere Einsparungen zu erzielen, die Fürsorgepflicht einzuhalten und den sich stets verschärfenden gesetzlichen Bestimmungen zu entsprechen, ist die Kreativität von Travel Managern und Finanzverantwortlichen gefragt: Was tun, wenn Unternehmensvorgaben nicht mehr ausreichen, um die Kontrolle zurückzugewinnen?

Wie muss sich die Kommunikation mit den Reisenden ändern? Wie können Unternehmen den veränderten Bedürfnissen der Reisenden gerecht werden? Können bestehende Software-Lösungen und bisherige Strategien den neuen Duty-of-Care-Anforderungen, gesetzlichen Bestimmungen und IT-Trends gerecht werden?

Bestehende Lösungen und Werkzeuge sind oft entweder für die Anforderungen der Unternehmen oder für die der Reisenden optimiert. Mit einer Technologie und Prozessen, die für eine Zeit entwickelt wurden, als Geschäftsreisen deutlich unkomplizierter, linearer und standardisiert waren, kommen Unternehmen in einer sich derart verändernden Business-Travel-Welt nicht weit.

Für heute gerüstet und für die Zukunft vorbereitet

- **Reisenden-Richtlinien statt Reiserichtlinien:** Eine größere Chance auf Erfolg hat die Einbeziehung der Bedürfnisse der Geschäftsreisenden.

Ausblick

Denn eine Verschärfung der Regeln bringt selten auch eine Steigerung der Compliance mit sich. Angesichts der heutigen Vielfalt der Kanäle ist es ohnehin illusorisch, den Reisenden auf einen einzigen verpflichten zu wollen. Mit **Visual-Guilt- und Gamification-Maßnahmen** sowie intuitiven, integrierten Tools bringen Sie Reisende dazu, sich wieder in Sphären zu bewegen, die das Unternehmen kontrollieren kann. „**Nudging**“ – anstupsen – nennt die Verhaltenspsychologie die Beeinflussung des Verhaltens eines Menschen ohne Verbote oder Befehle. Damit sensibilisieren Sie sie für die Vorteile von Compliance und schaffen das Bewusstsein, dass Maverick Buying die Firma mehr kostet als die auf den ersten Blick gesparten fünf Euro für das Zimmer.

- **Sparzwang hin oder her:** Nicht immer ist die günstigste auch die für den Reisenden beste Option, um produktiv zu sein. Denn Reisezeit ist auch Arbeitszeit. Steigern Sie die Work-Life-Balance und den Return on Investment von Geschäftsreisen. Sie werden dadurch von höhe-

rer Motivation und Produktivität der Reisenden profitieren und damit auch von einer Stärkung des unternehmerischen Handelns. Die Gleichung lautet dann $1 + 1 = 3$.

- **Innovative Zeiten erfordern innovative Lösungen:** Verabschieden Sie sich von einer linearen Lösung für einen nicht linearen Prozess. Integrierte Komplettlösungen für Reise- und Reisekostenmanagement mit intelligenten Tools und benutzerfreundlichen Apps schaffen den Spagat zwischen den Anforderungen der Unternehmen und den Bedürfnissen der Mitarbeiter. Sie verknüpfen alle Prozesse rund um Geschäftsreisen für mehr Compliance, Kontrolle und Transparenz und geben den Reisenden gleichzeitig die Flexibilität, Mobilität und Wahlmöglichkeiten, die sie sich wünschen. Eine offene Lösung mit integrierten mobilen Anwendungen vernetzt alle Bestandteile des individuellen Geschäftsreiseumfelds.

Kunden-Beispiel DHL



Unternehmen:

Deutsche Post DHL,
Nordamerika

Produkte:

Travel & Expense,
Intelligence und
Mobile App

Branche:

Transport & Logistik

Unternehmensgröße:

325.000 Mitarbeiter



Die Herausforderung

„Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter in ihrem Beruf und in ihrer Position bei uns erfolgreich sind und nicht, dass sie ihre Zeit mit bürokratischem Aufwand verbringen“ sagt Michelle Hunt, Regional Category Manager, DHL Nordamerika. „Unsere Reisenden lieben den bequemen und automatisierten Prozess, und unser Unternehmen profitiert von der enormen Effektivität und der hohen Transparenz, die es uns erlaubt, strategische Entscheidungen über Ressourcen zu treffen.“

Kunden-Beispiel DHL

Die Lösung

- Die Zusammenführung von Reisebuchung, Firmenkreditkarte und Reisekostenabrechnung sowie die umfassenden mobilen Funktionalitäten in einer Lösung steigerten die Akzeptanz des unternehmensinternen Reisebuchungstools seitens der Mitarbeiter um mehr als 80 Prozent innerhalb eines Monats nach der Implementierung.
- Die Option, die Reisekostenabrechnung der Mitarbeiter auch mobil genehmigen zu können, ermöglicht reibungslose Prozessabläufe ohne Verzögerungen.
- Die Business-Intelligence-Lösungen von Concur unterstützen den Fokus auf den zielgerichteten Einsatz aller Ressourcen.
- Die Kosten für externe Lagerkapazitäten und die anfallenden Kosten für Versand, Fax und Dokumentation von Belegen und Reisekostenabrechnungen wurden nahezu komplett eliminiert.
- Zahlungsverzögerungen und anfallende Verzugsgebühren bei einem Anbieter von Firmenkreditkarten können nun fast vollständig vermieden werden.

„Wir könnten nicht glücklicher sein“, so Hunt. „Es gibt absolut keinen Zweifel über den schnellen und messbaren ROI. Allein durch die Boni und Einsparungen, die aus der Optimierung der Kreditkartenprozesse resultieren, hat sich die Concur Lösung praktisch selbst finanziert.“

(Michelle Hunt, Regional Category Manager, DHL Nordamerika)

Der Mehrwert der Lösung

- DHL konnte erfolgreich die Anzahl der Arbeitskräfte, die vorher für die manuelle Prüfung, Freigabe und Weiterverarbeitung der Reisekostenabrechnungen zuständig waren, reduzieren.

Über STRATECO

STRATECO ist eine Unternehmensberatung, die seit mehr als 10 Jahren führende Unternehmen dabei unterstützt, anstehende Herausforderungen zu meistern. Von der Strategie über Prozesse bis hin zur Umsetzung erzielen wir Höchstleistungen für unsere Kunden.

In mehr als 400 Projekten aus den Bereichen Marketing und Sales, Finance und Controlling haben wir für über 80 Unternehmen aus verschiedensten Branchen immer nur ein Ziel gehabt: Exzellente Ergebnisse zu erreichen. Ihre Ziele werden stets zu unseren Zielen, Ihr Erfolg wird zu unserem Ansporn.

Wie wir das schaffen? Mit den besonderen Menschen, die hinter STRATECO stehen. Mit einer einzigartigen Mischung aus Leidenschaft und Fachkompetenz. Mit Erfahrung und erprobter Methodik. Daraus formen wir maßgeschneiderte Lösungen für unsere Kunden!

Deswegen haben wir auch das Leistungsversprechen von STRATECO zum Leitsatz gemacht: Unsere Kompetenz ist Ihr Wettbewerbsvorteil!



strateco.de

Über Concur

Concur, ein SAP-Unternehmen, bietet seit 1993 innovative, integrierte Lösungen für das Geschäftsreisemanagement.

Die cloudbasierten und mobilen Services vereinfachen Planung, Buchung, Abrechnung und Reporting und bringen vollständige Transparenz in Ausgaben – egal wann und wie sie getätigt werden.

Mit der Konsolidierung von Geschäftsreisedaten sowie ERP-, Buchhaltungs- und Kreditkartendaten

in einem einzigen System geht Concur über die Automatisierung hinaus.

Ein offenes Partner-Netzwerk erweitert die Plattform um Services, die die Concur-Daten nutzen, um das Reisekostenmanagement noch einfacher zu machen, Compliance zu steigern und das Reise-Erlebnis zu verbessern. Dieser integrierte Ansatz ermöglicht es Unternehmen, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.



concur.de

Kontakt:

Concur® (Germany) GmbH

Lyoner Straße 15

60528 Frankfurt

www.concur.de

Sie wollen auf dem Laufenden bleiben?

Dann registrieren Sie sich jetzt für den exklusiven Concur News-Service: www.concur.de/news-service