

CWT Solutions Group mit aktueller Studie:

Erhebliches Einsparpotenzial für Firmen durch Hotelprogramme

14. FEBRUAR 2006 – Viele Unternehmen könnten ihre Hotelausgaben, die im Durchschnitt bei etwa 30-40 Prozent ihrer gesamten Reiseausgaben liegen, erheblich reduzieren. Dies geht aus einer der regelmäßig veröffentlichten Studien der CWT Solutions Group, dem auf Hotel und Airlines spezialisierten Beratungszweig von Geschäftsreise-Anbieter Carlson Wagonlit Travel (CWT), hervor. Darin ermittelte die CWT Solutions Group, dass bis zu 50 Prozent der Firmen bislang kein strukturiertes Hotelprogramm nutzen, um Kosten zu reduzieren. Gerade bei den für 2006 zu erwartenden Steigerungen der Hotelraten um 6 Prozent ist dies jedoch eine nicht zu unterschätzende Möglichkeit, Reiseausgaben zu senken. Durch eine vollständige Datenerhebung und Preisverhandlungen mit den Hotels sowie Anwendung von Reiserichtlinien kann die CWT Solutions Group die Kostensteigerung stark begrenzen.

Der Hotelmarkt 2006: Preissteigerungen, dynamische Raten, komplexe Distributionswege

Die in den letzten Jahren stark angespannte Preissituation für die Hotels scheint sich 2006 zugunsten der Anbieter zu verbessern, da der steigende Bedarf an Hotelzimmern in 2005 sowie das in wirtschaftlich schwierigen Zeiten langsamer wachsende Angebot der Hotels die Nachfrage und höhere Zimmerpreise begünstigte. Anhand analysierter Kunden-Hotelprogramme erwartet die CWT Solutions Group zu Beginn des Programmprozesses bzw. noch vor den Verhandlungen einen Anstieg der Raten um durchschnittlich 6 Prozent. Die tatsächlich verhandelten Raten dürften dann noch unter diesem prognostizierten Preisanstieg liegen.

Eine Ausnahme bilden etwa 20 Schlüsselmetropolen, zu denen besonders stark frequentierte Städten wie Los Angeles, New York, Miami, London, Moskau, Bangalore, Singapur, Hongkong und Peking zählen. Dort liegen die Preissteigerungen voraussichtlich deutlich höher, da die Nachfrage nach Zimmern enorm ist.

Ein weiterer Trend liegt in der Einführung dynamischer Preisstrukturen, die weg von Kontingenten und fixen Firmenraten gehen. Das dynamische Preismodell basiert auf flexiblen Raten, die sich nach Marktsituation, örtlichen Veranstaltungen und der damit zusammenhängenden Zimmerauslastung richten. Die Firmen erhalten Rabatte auf diese jeweils geltenden variablen Raten, was sich für Hoteliere als lukrativ, für Hoteleinkäufer langfristig jedoch als eher unbefriedigend erweist. Hoteliere können durch die flexiblen Raten Nachfrageschwankungen zu ihrem eigenen Vorteil ausgleichen, was für den Kunden jedoch unberechenbare sowie trotz der Rabatte unverhältnismäßig hohe Raten bedeuten kann.

Die Reservierung der Hotels ist auf zahlreiche Kanäle verteilt: Nur 18 Prozent der Buchungen weltweit werden über Reisebüros getätigt, obwohl hier nachweislich im Vergleich zu anderen Distributionswegen Einsparungen von 15 Prozent – bei CWT sogar bis zu 17 Prozent – möglich sind. Der größte Anteil der Buchungen wird nach wie vor direkt über das Hotel getätigt, auf die Reservierungssysteme (GDS) entfallen 6 Prozent, und darüber hinaus verteilen sich die Buchungen auf eine Vielzahl weiterer Distributionswege wie Hotel- und unabhängige Internet-Websites, eigene Hotelreservierungssysteme und Repräsentanten.

Die verschiedenen Vertriebswege erschweren die Datenkonsolidierung, so dass den Firmen eine aussagekräftige Basis für die Verhandlung mit den Hotels fehlt.

Effektive Strategien: Datenkonsolidierung, Verhandlungsmacht, Reiserichtlinien

Grundlegend für Kosteneinsparungen sind die konsolidierten und aufbereiteten Daten, die den Firmen als Verhandlungsgrundlage dienen. Durch das Aufweisen großer Volumen und hoher Buchungsanteile bei den Hotels haben Kunden die Möglichkeit, bessere Raten zu verhandeln und zu nutzen. Der erwartete Ratenanstieg kann durch die aussagekräftigen Analysen für 2006 minimiert werden. Die CWT Solutions Group empfiehlt seinen Kunden, sich nicht auf das dynamische Preismodell einzulassen, da neben den zu erwartenden höheren Raten auch die Transparenz verloren geht, auf deren Basis die Hotelkosten im Voraus kalkuliert werden können.

Des Weiteren rät CWT seinen Kunden, die vereinbarten Raten auf den höchstmöglichen Anteil von Zimmern auszudehnen. Auf die von den Hotels angestrebte Eliminierung der „Last Room Availability“, die das Anwenden fixer Raten auf möglichst viele Zimmern garantiert, soll verzichtet und nur in den hochfrequentierten Ballungsräumen durch vorher vereinbarte Zimmerkontingente oder –garantien ersetzt werden.

Ein weiterer Weg, die Hotelausgaben zu senken, ist das Einhalten von Reiserichtlinien auch bei Hotelreservierungen. Nur etwa ein Drittel der Hotelbuchungen werden über Hotelprogramme getätigt, was bedeutet, dass die vereinbarten Raten bei zwei Dritteln der Reservierungen nicht zur Anwendung kommen. Das Implementieren und Kommunizieren von Hotelprogrammen wie auch das strikte Befolgen verbindlicher Reiserichtlinien, was von Firmen noch selten gefordert wird, kann die Kosten drastisch senken.

Bei Berücksichtigung aller vorher genannten Punkte können mit Hilfe der CWT Solutions Group durchschnittliche Einsparungen von 10-15 Prozent im ersten Jahr erzielt werden.

Die **CWT Solutions Group** bietet mit einer einzigartigen Kombination von hoch qualifizierten Branchenexperten und eigens entwickelten Instrumenten und Modellen spezielle Beratung zur Programmoptimierung und Kostenreduktion im Geschäftsreisebereich. Die *CWT Solutions Group* arbeitet in allen Bereichen des Hotel- und Flugsektors und hilft Unternehmen dabei, ihre Reiseausgaben durch strategischen Einkauf und Change Management optimal auszuschöpfen. Sie ist mit mehr als 80 Beratern und Analysten weltweit für über 200 Unternehmen tätig. Der Kundenkreis umfasst dabei Bluechip-Firmen ebenso wie kleine und mittelständische Unternehmen sowie Körperschaften des öffentlichen Rechts. 2004 hat die *CWT Hotel Solutions Group* mehr als 150 Einkaufsprojekte mit einem Gesamtvolumen von 1,4 Milliarden GBP, verteilt auf über 130.000 Einzelverträge mit Leistungsträgern, betreut. Aktuelle Studien der *CWT Solutions Group* werden laufend auf der globalen Website von Carlson Wagonlit Travel unter www.carlsonwagonlit.com veröffentlicht.

Carlson Wagonlit Travel ist einer der führenden Anbieter im Management von Geschäftsreisen für Konzerne, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Regierungsinstitutionen. CWT entwickelt und implementiert Travel Management-Programme, die auf Beratungsexpertise, einer starken Einkaufsmacht, technologischem Know-how und qualitativ hochwertigem Service basieren. Mit einem Jahresumsatz von 19 Milliarden US \$ operiert CWT in mehr als 145 Ländern und bedient 60 der 100 weltweit größten Firmen. www.carlsonwagonlit.ch

Pressekontakt (Deutschland, Österreich, Schweiz):

Martina Egger
Carlson Wagonlit Travel
Tel: +49 6196 939 742
meggler@carlsonwagonlit.de

Cynthia Ahrens
a²| Agentur für PR- und Medienberatung
Tel: +49 611 8420 925
Cynthia.Ahrens@aquadrat-online.de