

Business Traveller's Secrets

Sonja Klagen: Herr Biehl, welche Rolle spielt die VDR-Service GmbH bei der Popularisierung des Themas Travel Management?

Biehl: Sie ist als sogenanntes Fulfillment-Center, als Ausführungsorgan, gegründet worden, um die Projekte und Vorhaben umzusetzen, die der ehrenamtliche Vorstand initiiert. – Um also die Lücke zwischen Idee und Umsetzung zu schließen und als operative Einheit nicht nur im Dialog mit den Mitgliedern zu stehen, deren Wünsche zu erfüllen, sondern auch aktiv die Projekte des Verbandes abzuwickeln.

Sonja Klagen: Welche Wünsche werden von den VDR-Mitgliedern an Sie herangetragen?

Biehl: Unsere Ansprechpartner in den einzelnen Mitgliedsfirmen knüpfen folgende Erwartungen an ihre Mitgliedschaft:

- ▶ schnelle Informationen über Neuigkeiten aus der Branche;
- ▶ Aus- und Weiterbildung in ihrem Spezialgebiet des Travel Managements;
- ▶ Innovationen zum Thema Prozeßoptimierung in ihrem eigenen Unternehmen – und das maßgeschneidert sowie
- ▶ den ständigen Dialog mit Fachkollegen.

Da die Mitgliederstruktur sehr heterogen ist, sind natürlich auch die Erwartungen sehr unterschiedlich. Uns muß der Spagat gelingen, all unseren Mitgliedern, kleinen wie auch großen Firmen, gerecht zu werden.

Sonja Klagen: Sie haben den Dialog zwischen Ihren Mitgliedern angesprochen. Welche Foren bieten Sie den Travel Managern Ihres Verbandes zum Fachaustausch?

Biehl: Die Plattformen zum Austausch sind sowohl auf nationaler, als auch auf regionaler Ebene vorhanden. Auf unseren Veranstaltungen im Frühjahr und Herbst haben die Mitglieder zweimal im Jahr die Gelegenheit, mit Kollegen und Experten aus der Reisebranche über aktuelle Themen, Entwicklungen und Trends im Geschäftsreisemarkt zu diskutieren. Darüber hinaus verfügt der Verband über sieben Regionalvertretungen, die ebenfalls zweimal jährlich tagen und den Dialog im »kleinen Kreis« ermöglichen. Besonders spannend an diesem Austausch ist natürlich auch unsere Verbandsstruktur, da wir sowohl die Anbieter als auch die Kunden »an einen Tisch« bringen. Unsere VDR-Roundtables – darunter auch der »Roundtable Hotel« – an dem diese ihre Probleme diskutieren und gemeinsam nach Lösungen suchen können, sind ein positives Beispiel für den Dialog. Es werden Standards entwickelt, die das Verhältnis zwischen Corporates und Suppliers auf eine sachlich-konstruktive Ebene bringen. Es kann nicht nur gelten: »Ich bin Kunde – ich fordere!«, sondern es muß auch die Anbietersicht berücksichtigt werden, um für bei-

Als ausführendes Organ des VDR – Verband Deutsches Reisemanagement – hat die VDR-Service GmbH vielfältige Aufgaben zu erfüllen. Sonja Klagen sprach mit Geschäftsführer Hans-Ingo Biehl über Projekte, Ziele und Pläne

de Seiten einen Gewinn zu erzielen. Zudem helfen die Standards, die tägliche Zusammenarbeit schneller zum Erfolg zu bringen und Prozesse zu verschlanken bzw. zu optimieren.

Sonja Klagen: Sie sprachen den »VDR-Roundtable Hotel« an ...

Biehl: ...das ist der Roundtable unter unseren Arbeitskreisen, der am weitesten fortgeschritten ist und klare Strukturen in der Kooperation erkennen läßt. Die VDR-Mitglieder erhalten im Laufe des dritten Quartals ein Informationspaket mit Richtlinien, die eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Hotellerie und Industrie begünstigen sollen.

Sonja Klagen: Welche Punkte der Zusammenarbeit sollen durch Standards optimiert werden?

Biehl: Die Guidelines sollen beispielsweise bei der Vertragsverhandlung Anwendung finden – ein Vorgang, der für viele unserer Ansprechpartner in den Unternehmen relevant ist, da der Hoteleinkauf ein diversifiziertes Thema ist. Soll heißen, daß er innerhalb unserer Mitgliedsfirmen zum Teil gebündelt, zum Teil völlig dezentral erfolgt. Viele Sekretariate buchen die Übernachtungen für ihre Abteilungen noch direkt! Dieser Prozeß soll durch die erarbeiteten Vorschläge gesteuert werden.

Hans-Ingo Biehl entdeckte nach acht Semestern Studium der Anglistik und Sportwissenschaften seine Affinität zur Reisebranche und legte 1983 die Prüfung zum Reiseverkehrskaufmann ab. Nach seiner Vertriebstätigkeit bei diversen Fluggesellschaften (u.a. British Airways) leitete er zuletzt als Director of Corporate Sales Deutschland den Geschäftsreise-Vertrieb von Swissair und Sabena. Seit Juli 2002 ist der 45jährige Geschäftsführer der VDR-Service GmbH, dem Dienstleistungsunternehmen des Verband Deutsches Reisemanagement e.V. und zeichnet für sämtliche Verbandsprojekte verantwortlich.



Sonja Klagen: Was heißt das nun konkret für die Hotellerie?

Biehl: Für die Hotellerie bedeutet die Standardisierung der Verhandlungen und des Vertragsabschlusses Planbarkeit für die Zukunft. Oft werden Kontrakte geschlossen – nicht nur im Hoteleinkauf – und es mangelt an Methoden zur Überprüfung, ob die Verträge auch wirklich erfüllt werden und wie viele Roomnights tatsächlich auf Grund der Vereinbarung gebucht werden. Mittels der Standards aus dem »VDR-Roundtable Hotel« kann für beide Seiten das Thema Hotelvertrag transparent gestaltet werden.

Sonja Klagen: Welche Bereiche werden noch durch die Guidelines des VDR abgedeckt?

Biehl: Beim »Roundtable Hotel« ist außerdem auf Basis des NBTA-Standards (National Business Travel Association, U.S.) ein RFP (Request for Proposal) entwickelt worden. Denkbar ist in Zukunft, diesen Vorgang elektronisch abzubilden, um auch hier die Prozesse im Hoteleinkauf weiter zu beschleunigen.

Sonja Klagen: Daneben hat der VDR doch noch mehr Standards im Bereich der Hotellerie eingeführt.

Biehl: Ja, und zwar über das Gütesiegel VDR-Certified Hotel. Unsere Mitglieder sollen sich bei der Hotelübernachtung – neben ihren bekannten Vertragshotels – flächendeckend in ganz Deutschland auf die Qualitätsaussage unseres Zertifikats verlassen können. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern sowie Trainern und Partnern aus diesem Geschäftsfeld, darunter der FREIZEIT-VERLAG mit Top hotel, werden wir in einem Arbeitskreis Kriterien festlegen, die ein Hotel mit dem Gütesiegel VDR-Certified als »tagungsg geeignet« ausweisen. Dabei wahren wir unsere neutrale Position als Verband und stellen uns weder auf die Seite der Kunden, noch auf die der Anbieter, sondern möchten durch objektive Standards eine Bewertung vornehmen. Damit schaffen wir wieder den Mehrwert für unsere Verbandsmitglieder.

Sonja Klagen: Und wie gehen Sie dabei vor?

Biehl: Wir fragen uns einfach: Was benötigt der Geschäftsreisende und wie können wir ihm das bieten? Das haben wir uns auch gefragt, als wir den Kontakt zur Marcellino's AG gesucht haben, um gemeinsam einen Hotelreport für den Business Traveller herauszugeben.

Sonja Klasen: *Und wie sieht dieser Hotelreport aus?*

Biehl: In diesem Report lassen sich neben den VDR-Certified Hotels prinzipiell alle Häuser aufführen, die durch Geschäftsreisende bewertet werden und über die ein persönliches Urteil an die Redaktion der Marcellino's AG gesandt wird. Neben geschäftsreise-typischen Kriterien wie die Arbeitsumgebung spielen auch Ambiente, Service und F&B eine entscheidende Rolle bei der Beurteilung und Beschreibung der einzelnen Domicile. Zur »ITB« 2004 werden wir dieses hilfreiche Instrument für Geschäftsreisende herausgeben.

Sonja Klasen: *Welche Projekte hat der VDR noch in Planung?*

Biehl: Wir planen eine Buchungsplattform, um verschiedene Vertriebswege für unsere Mitglieder zu bündeln. Der VDR möchte dem Online-Trend gerecht werden und über ein eigenes Portal alle Angebote bezüglich Flug, Mietwagen, Bahn und Hotel zur Verfügung stellen.

Sonja Klasen: *Und wie sieht Ihr Verbandsziel für die Zukunft aus?*

Biehl: Wir wünschen uns ein qualitatives Mitgliederwachstum und möchten die Bedeutung des Themas Geschäftsreisen für die deutsche Wirtschaft und den deutschen Tourismus noch stärker in den Vordergrund stellen. Dieses Ziel wollen wir durch eine gezielte Ansprache von Wirtschaftsunternehmen in Deutschland und durch die kontinuierliche Arbeit an den Konturen unseres Verbandsprofils erreichen. Th



Die Gewinner

1044 korrekt ausgefüllte Stimmzettel gingen für die Juni-Ausgabe beim FREIZEIT-VERLAG ein und kamen in die Wertung. Die Plazierungen der nachfolgend vorgestellten Sieger ergeben sich aus dem arithmetischen Mittel der für die jeweilige Anzeige abgegebenen Noten



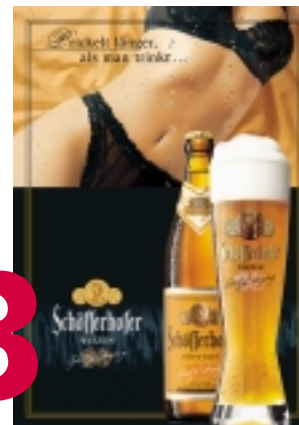
1

Scharfes Motiv, das Appetit auf mehr macht: Frontcooking-Spezialist Rieber eroberte im Juni mit der Traumnote 1,88 die Top-Platzierung



2

Spa-Inspirationen, die überzeugen: Thermarium landete mit der Note 1,96 auf Platz 2



3

Prickelnder Genuss, der ankommt: Schöfferhofer schaffte es ebenfalls aufs Siegerpodest (Note 2,10)



4

Das Schwarze mit der blonden Seele verhalf Köstritzer zur Note 2,22 und Rang 4



5

Mit Biergarten-Flair erreichte Paulaner die Note 2,24 und damit Platz 5