

Pressemitteilung

GBTA- / HRS-Studie: Firmen unterschätzen Einsparpotenzial bei der Organisation kleinerer Meetings

Unternehmen nutzen kaum professionelle Lösungen +++ Einsparungen und höhere Teilnehmerzufriedenheit möglich

Köln, 24. Juli 2018 – Bei den meisten externen Meetings von Unternehmen handelt es sich um einfache Besprechungen, deren Organisation mit Hilfe standardisierter Tools leichter wäre. Dennoch gibt die Hälfte der Teilnehmer einer gemeinsamen Studie der Global Business Travel Association (GBTA) und HRS an, dass sie solche Tools nicht nutzen. Die Studie widmet sich als erste ihrer Art der Organisation von kleinen, Meetings mit einem geringen Maß an Anforderungen und Komplexität.

Zum ersten Mal nahmen an der Studie sowohl Mitglieder der GBTA als auch des Verbands Meeting Professionals International (MPI) teil. Sie berücksichtigt die Perspektiven von Reiseeinkäufern und Meeting-Planern. Die Analyse enthält folgende Kernaussagen:

- 50 Prozent der veranstalteten Meetings von Unternehmen weltweit sind einfache Besprechungen (Europa: 58 Prozent, USA: 49 Prozent)
- 52 Prozent der Unternehmen buchen einfache Meetings außerhalb von standardisierten Kanälen beziehungsweise Softwarelösungen
- 70 Prozent der Studienteilnehmer verzichten bei der Organisation von einfachen Meetings auf einen Ausschreibungsprozess
- 77 Prozent der Unternehmen, die keine professionellen Lösungen nutzen, greifen auf Plattformen für Endkunden zurück
- Wenn Unternehmen eine Lösung einsetzen, bevorzugen 72 Prozent der Planer diese Tools, um damit einfache Meetings zu buchen
- 52 Prozent der Unternehmen nutzen keine elektronischen Ausschreibungen für einfache Meetings – und planen dies nicht für die Zukunft
- Nur vier Prozent der befragten Reiseeinkäufer haben Kennzahlen (KPIs), die an den Erfolg von kleinen Meetings geknüpft sind. Unter den Meeting-Planern nutzen 31 Prozent KPIs.

„Diese Zahlen belegen, was die Industrie seit langem vermutet“, sagte Jessica Collison, GBTA Forschungsdirektorin. „Einfache Meetings addieren sich in Unternehmen zu enormen Kostentreibern. Trotzdem gehen Meetingplaner sie sehr locker an. Im Ergebnis kommen sie Unternehmen teuer zu stehen, in Hinblick auf Kosten, zufriedene Teilnehmer und der Fürsorgepflicht.“

Bei der Organisation einfacher Meetings nutzen Unternehmen Plattformen für Endkunden

Die meisten Befragten (Reisekäufer: 84 Prozent, Meetingplaner: 73 Prozent) gaben an, dass sie für die Organisation kleinerer Besprechungen auf Verbraucherkanäle zurückgreifen. Dazu zählen beispielsweise die Website des Hotels oder der Location. Viele verlassen sich sogar ausschließlich auf Konsumentenkanäle (38 Prozent der Reisekäufer und 39 Prozent der Meetingplaner). Nur 30 Prozent der Befragten geben an, dass ihr Unternehmen einen Ausschreibungsprozess für einfache Meetings nutzt. Klassische Verbraucherkanäle sind allerdings nur bedingt für Unternehmen geeignet. So berücksichtigen diese keine verhandelten Gruppentarife, ermöglichen keine Vergleiche und lassen keine Überprüfung der Sicherheits- und Compliance-Regeln zu. Zusätzlich verzichten Unternehmen über diesen Weg von vornherein auf Sonderkonditionen für Firmenkunden.

„Meeting-Planer erwarten im nächsten Jahr ein Wachstum im Bereich der Meetings von fast vier Prozent. Die schonungslosen Ergebnisse dieser Umfrage zeigen, dass Unternehmen dringend ihr Meeting-Management optimieren sollten. Erst recht hinsichtlich der Organisation scheinbar einfacher Besprechungen“, sagte Abbie Michaelson, Vice President Meetings & Groups bei HRS. „In allen anderen Bereichen der Beschaffung würden solche Vorgänge außerhalb standardisierter Prozesse zu Problemen führen. Mit diesen Erkenntnissen haben die Verantwortlichen für Meetings die Möglichkeit, messbare Veränderungen in diesem Bereich umzusetzen.“

Elektronische Ausschreibungen und Kennzahlen sind noch nicht verbreitet

Nur jeder fünfte Befragte (22 Prozent) nutzt eine elektronische Ausschreibungsplattform (e-RFP) für einfache Meetings. Über diese Plattformen holen Unternehmen Gebote für ihre Meetings ein und vergleichen sie. In den USA nutzen Meetingplaner (35 Prozent) häufiger als Reisekäufer (19 Prozent) ein e-RFP-Tool für einfache Meetings. Nur ein Viertel (28 Prozent) der Befragten verfügt über Kennzahlen, wenn es darum geht, einfache Meetings und den damit verbundenen Wert zu messen. Diese Zahl ist in Lateinamerika (38 Prozent) viel höher als in Nordamerika (20 Prozent) oder Europa (21 Prozent). In den Vereinigten Staaten haben Meetingplaner (31 Prozent) wesentlich häufiger Kennzahlen eingerichtet als Reisekäufer (4 Prozent). Als wichtigste Faktoren bei der Buchung einfacher Meetings nannten die Befragten den richtigen Raum / Veranstaltungsort (73

Prozent), maximales Budget / Einsparungen (64 Prozent) und Einhaltung der Unternehmensrichtlinien (40 Prozent).

„Da im Bereich Meetings und Groups Unternehmen jährlich mehrere Millionen Euro ausgeben, wird bei der Organisation einfacher Meetings häufig nicht so streng kontrolliert, wie es bei anderen Ausgaben der Fall ist“, sagt Bernie Schraer, Senior Vice President von MPI. „Dieser Bericht liefert Einkaufsmanagern, Veranstaltungsplanern und anderen Entscheidungsträgern ein treffendes Bild der heutigen Realität. Es beleuchtet auch die Prioritäten, die Planer berücksichtigen sollten, wenn sie ihre jeweiligen Konferenzprogramme verbessern.“

Methodik der Studie: Die Studie basiert auf einer Online-Befragung unter Corporate Travel Managern und Meeting Planern und wurde zwischen dem 24. April und dem 7. Juni 2018 durchgeführt. 260 Personen haben die gesamte Umfrage abgeschlossen, darunter 123 GBTA-Mitglieder, 66 MPI-Mitglieder, 15 Mitglieder beider Organisationen und 56 Mitglieder aus keiner der beiden Organisationen.

Über die Global Business Travel Association

Die Global Business Travel Association (GBTA) ist die weltweit führende Geschäftsreise- und Meetinghandelsorganisation mit Sitz in Washington, D.C., mit Niederlassungen auf sechs Kontinenten. Die über 9.000 Mitglieder von GBTA verwalten jährlich mehr als 345 Milliarden US-Dollar an weltweiten Geschäftsreisen und Meetings. GBTA bietet erstklassige Bildung, Veranstaltungen, Forschung, Interessenvertretung und Medienarbeit für ein wachsendes globales Netzwerk von mehr als 28.000 Reiseprofis und 125.000 aktiven Kontakten. Um zu erfahren, wie Geschäftsreisen zu nachhaltigem Geschäftswachstum führen, besuchen Sie www.gbta.org

HRS – Global Hotel Solutions

HRS macht Geschäftsreisen leichter. Unternehmen und Geschäftsreisende weltweit vertrauen auf HRS, um die optimale Unterkunft zu finden und die Prozesse rund um die Geschäftsreise zu vereinfachen. Neben dem professionellen Hoteleinkauf und der Verhandlung von Spezialraten mit Hotels optimiert HRS das bargeld- und papierlose Bezahlen von Hotelübernachtungen und Meetings sowie die automatisierte Rechnungsverarbeitung. HRS Global Hotel Solutions bietet mehr als 3.000 multinationalen Konzernen Lösungen rund um das Hotel Management. Zu den Kunden zählen zahlreiche Global Player der Fortune 500 Companies, darunter Google, Siemens, Alibaba, China Mobile und Volkswagen. HRS verfolgt klare Ziele: Einsparungen für Unternehmen und hohe Zufriedenheit bei den Reisenden. HRS wurde 1972 in Köln gegründet und verfügt heute über 1.500 Mitarbeiter in 34 Offices weltweit, darunter Vertretungen in London, New York, São Paulo, Shanghai, Singapur und Tokyo. Weitere Informationen unter corporate.hrs.com

Pressekontakt GBTA
Colleen Lerro Gallagher
GBTA
cgallagher@gbta.org
+1 703-236-1133

Pressekontakt HRS (International)
Michael Brophy
HRS Global Hotel Solutions
michael.brophy@hrs.com
+1 214-356-4326

Pressekontakt HRS (DACH)
Björn Zimmer
HRS GROUP
presse@hrs.de
+49 221 2077-5104