



Unter der Regie von American Express implementiert Alcoa Deutschland erfolgreich eine Online-Buchungsplattform

„Das Wichtigste ist eine perfekte und professionelle Implementierung. Zusammen mit American Express ist sie uns gelungen.“

*- Gabi Gröger
Travel Managerin
Alcoa Deutschland*

Alcoa ist weltweit führend in der Produktion und Handhabung von Hüttenaluminium, Aluminiumprodukten und Tonerde-Anlagen. Für 2006 und 2007 hatte das EMEA-Travelmanagement von Alcoa eine deutliche Senkung der Reisekosten geplant. Das Herzstück: eine Online-Buchungsplattform, die innerhalb kurzer Zeit intensiv genutzt werden sollte.

Vor der Zusammenarbeit mit American Express buchten die Mitarbeiter von Alcoa Reisen auf dem traditionellen Weg per Telefon, Fax oder E-Mail. Alcoa ist in Deutschland mit 2.600 Mitarbeitern an 13 Standorten vertreten. Von den 500 reisenden Mitarbeitern sind 200 besonders oft unterwegs. Die Top-Destinationen befinden sich hauptsächlich in Europa. Die Ausgaben für Geschäftsreisen betragen in Deutschland zum damaligen Zeitpunkt 2,6 Mio. Euro und machten damit 15 % des Reisevolumens des gesamten Konzerns aus.

Alcoa wollte die Ausgaben für Geschäftsreisen in 2006 und 2007 deutlich reduzieren. Dieses Ziel sollte mit Hilfe einer Online-Buchungsplattform erreicht werden. Der Plan sah vor, diese innerhalb von sechs Wochen zu implementieren und in den darauf folgenden drei Monaten eine Online-Nutzungsrate von 30% zu verzeichnen. Mit professioneller Unterstützung durch einen Travel Management Partner, der alle relevanten Online Booking Engines kennt und die strategische Planung begleitet, sollte

die Implementierung durchgeführt werden. Um den optimalen Partner für das ehrgeizige Projekt zu finden, machte Alcoa eine weltweite Ausschreibung. Die Entscheidung fiel auf American Express – nicht zuletzt, weil die Travel Management Company auch „eine gute Online-Lösung bot, mit der wir Einsparungen erzielen können“, erinnert sich Travel Managerin Gabi Gröger.

Der Weg zur erfolgreichen Implementierung und Nutzung der Online-Buchung führte über einen klar definierten Prozess, den American Express Key Account Managerin Annette von Haefen steuerte.

Zunächst wurde ein straffer Projektplan formuliert. Die Online-Implementierung sollte innerhalb von sechs Wochen im April und Mai 2006 erfolgen. Für die Pilot-Phase mit ausgewählten Reisenden und Buchenden wurden zwei Wochen im Juni eingeplant. Am 3. Juli stand schließlich die Einführung der Online-Buchungsplattform für alle Beteiligten auf dem Programm.

Nachdem die generelle Unterstützung durch das Alcoa Senior Management sichergestellt war, wurde das Projekt aufgesetzt und die Verantwortlichkeiten in dem 5-köpfigen American Express Implementierungsteam verteilt. Der American Express Projektleiter Ralf Bracht wurde ernannt, um die Fäden zusammenzuhalten und Einflussfaktoren und Auswirkungen abzuschätzen. Fünf Mitarbeiter von American Express und die beiden Travel Managerinnen von Alcoa – Gabi Gröger für Alcoa Deutschland und Sylvia Albert aus der Europa-Zentrale – bildeten das Projektteam. Während der Einführungsphase tauschte sich das Projektteam in wöchentlichen Telefonkonferenzen aus. Ergebnisse und offene Punkte wurden regelmäßig von Ralf Bracht aktualisiert. Ebenso wurden Hindernisse sofort benannt. „Da Schwierigkeiten immer im Detail stecken, haben wir jede Einzelheit sofort besprochen“, erzählt Gabi Gröger. „Alcoa reagierte immer prompt. Die Kommunikation war sehr gut“, lobt auch Key Account Managerin Annette von Haefen.

Um einen guten Draht zu den künftigen Nutzern herzustellen, wählten Gabi Gröger und Annette von Haefen die persönliche Ansprache und organisierten eine Roadshow für die 13 deutschen Standorte des Unternehmens. „Wir haben alle Sekretariate eingeladen und ihnen erklärt, was das Tool kann und warum Online-Buchungen einfacher, schneller und günstiger sind“, erinnern sich beide. Zweifel konnten sie so auf persönlicher Ebene abbauen. Die Strategie ging auf: Die Roadshow-Besucher sagten schließlich von sich aus, dass ihnen das Online-Tool zusagt und sie es gerne nutzen möchten.

Zum Ende des Implementierungszeitraums wurden die reisenden und buchenden Alcoa-Mitarbeiter geschult. In der Pilot- und Einführungsphase standen jeweils zwei Stunden Webex-Seminar auf dem Programm. Zwei Monate nach der Einführung nahmen sie zur Auffrischung weitere zwei Stunden an dem interaktiven Online-Seminar teil.

Die perfekte Planung und Implementierung führte zum Erfolg: „Das Online-Buchungstool hat extrem gut eingeschlagen“, fasst Key Account Managerin Annette von Haefen zusammen – „nicht zuletzt durch die perfekte Unterstützung seitens der Alcoa Travel Managerin Gabi Gröger“.



Nach der Roadshow waren die Mitarbeiter an allen Standorten überzeugt von den Vorteilen der Online-Buchungslösung. Auf die allseits positive Resonanz blickt Alcoa zufrieden zurück: „Alle unsere deutschen Standorte waren aktiv am Entscheidungsprozess beteiligt und konnten sich vom Nutzen der Online-Lösung überzeugen“, ergänzt Gabi Gröger. Die Travel Managerin ist überzeugt, dass sie mit Druck das Gegenteil erreicht und „womöglich erbitterten Widerstand“ geerntet hätte.

Stattdessen kann Alcoa die Implementierung als Erfolgsgeschichte verbuchen. Einen Monat nach der Einführung lag die Nutzungsrate bereits bei 47 %. Nicht nur, dass nach drei Monaten das Ziel weit übertroffen war. Auch zeigten sich die buchenden und reisenden Mitarbeiter überaus zufrieden. 95 % fanden den Service von American Express Business Travel „ausgezeichnet“, „sehr gut“ oder „gut“.

Das Ziel, Ausgaben zu reduzieren, hat Alcoa erreicht. Die Reisebürokosten sanken um 32 %. Der durchschnittliche Ticketpreis für die fünf Top-Destinationen verringerte sich um 183 Euro, was einer Einsparung von 28 % gleichkommt.

Der Return on Investment für die Online-Implementierung war bereits zwei Monate nach der Einführung der Buchungplattform erreicht.

Erfahren Sie mehr darüber, wie Sie Geschäftsreisen effizient managen können: www.americanexpress.de/businesstravel