



Auf dem VDR MobiTechDay geht es u.a. um autonomes Fahren und Fliegen, Biometrie und Virtual Reality.

WAS NUN, HERR CARNIER?

Christoph Carnier ist seit Mai 2019 neuer Präsident des Verbands Deutsches Reisemanagement (VDR). Seit 2008 Leiter des Globalen Travelmanagements und Senior Director Travel, Fleet & Events beim Darmstädter Wissenschafts- und Technologie-Konzern Merck, trat er die Nachfolge von Dirk Gerdorn an. Nach den ersten hundert Tagen sprachen wir nun mit Carnier, der auch Oberster Geschäftsreisemanager bei Merck ist.

Der Mobilitätsmanager: Ihr Motto lautet „Sag‘, was Du denkst, aber sei fair“. Was denken Sie über Ihre ersten 100 Tage als Chef des VDR?

Christoph Carnier: Ich blicke mit einem positiven Gefühl auf meine ersten 100 Tage als VDR-Präsident zurück. Die Wochen nach meiner Wahl waren sehr intensiv und geprägt von vielen Terminen, Gesprächen und ersten Weichenstellungen. Da ich bereits vor meiner Wahl Mitglied des Präsidiums war, konnte ich gewissermaßen einen „Warmstart“ hinlegen. Das hat mir den Amtsantritt ungemein erleichtert. Ich freue mich, mit meinen motivierten Kolleginnen und Kollegen im Präsidium, dem professionellen Team der VDR Service GmbH und den vielen engagierten Mitgliedern an den wichtigen Themen des Verbandes und der Branche arbeiten zu können. Gemeinsam werden wir in Zukunft noch einiges erreichen können, davon bin ich überzeugt.

DMM: Eines Ihrer Ziele ist, in Ihrer Präsidentschaft den politischen Einfluss des Verbandes weiter zu stärken. Auch wenn der VDR inzwischen auch Gehör bei der Politik gefunden hat, so zeigt doch die Vergangenheit, dass da dicke Bretter zu bohren sind; denn so richtig angekommen scheint das Thema „Geschäftliche

Mobilität“ bei den meisten Abgeordneten wohl noch nicht.

Carnier: Wir vertreten als Wirtschaftsverband Unternehmensinteressen und wollen die Rahmenbedingungen geschäftlicher Mobilität in Deutschland mitgestalten und zum Positiven verändern. Das ist ein hoher Anspruch und er setzt voraus, dass wir uns zu den relevanten Themen klar positionieren und unsere Standpunkte in Gesprächen mit politischen Entscheidungsträgern immer wieder kommunizieren. Hier haben wir in den vergangenen Wochen und Monaten deutliche Fortschritte gemacht und auch Erfolge erzielt. So hat z.B. die Debatte über eine steuerbefreite dienstliche Bahn Card 100 durch unsere Eingaben ebenso an Fahrt aufgenommen wie zur A1-Bescheinigung und Verbraucherschutzthemen wie „Pay-as-you-check-in“. Klar ist aber auch, dass Erfolge auf der politischen Bühne keine Selbstläufer, sondern am Ende langwieriger und komplexer Entscheidungsprozesse stehen. Da werden wir auch in Zukunft einen langen Atem haben müssen.

DMM: Sie haben angekündigt, den VDR und seine Mitglieder bestmöglich auf die Herausforderungen der digitalen Zukunft vorzubereiten? Was heißt das konkret?

Carnier: Es wird vor allem darum gehen, Nachfrager und Anbieter von Dienstleistungen der geschäftlichen Mobilität noch stärker als bisher miteinander zu vernetzen, Trends früh zu erkennen und entsprechende Informationen und Optionen aufzuzeigen. Oft ist es doch so, dass es in einem Unternehmen eine Problemstellung oder ein spezielles Bedürfnis gibt und ein oder mehrere Anbieter dafür eine technologische Lösung bieten können. Das Netzwerk des VDR besitzt aufgrund seiner Mitgliederstruktur riesiges Potenzial, zu einer Austauschplattform in allen Fragen der Digitalisierung zu werden. Ein digitaler Prozess ist umso besser, je einfacher er in das bestehende System zu integrieren ist und je nahtloser er durchläuft. Daran arbeiten insbesondere unsere Fachausschüsse Mittelstand und Technologie intensiv. Wir bearbeiten die Themen auch auf unseren Tagungen und in neuen Veranstaltungsformaten wie etwa dem „VDR-MobiTechDay“, der im September zum zweiten Mal stattfinden wird. Dort wird es u.a. um autonomes Fahren und Fliegen, Biometrie und Virtual Reality gehen.

DMM: Zurzeit bestimmen Technologiethemen rund um KI, Digitalisierung etc. den Markt. U.a. kann KI mittels spezieller Software weni-

„Es wird vor allem darum gehen, Nachfrager und Anbieter von Dienstleistungen der geschäftlichen Mobilität noch stärker als bisher miteinander zu vernetzen.“

Christoph Carnier | Präsident des Geschäftsreise-Verbands VDR



Christoph Carnier: Der neue Verbandschef muss sich mit komplexen Themen auseinandersetzen.

ger anspruchsvolle und sich wiederholende Routinearbeiten übernehmen und verschafft so gut geschulten Mobilitätsmanagern mehr Zeit für ihre Kernaufgaben. Teilen Sie die Ansicht, wonach die Gefahr besteht, dass mittelfristig Mobilitäts-, Travel-, Fleet- und Eventmanager überflüssig werden?

Carnier: Richtig ist, dass wir uns in einem äußerst dynamischen Marktumfeld bewegen, in dem die technologischen Innovationszyklen immer kürzer werden. Das wirkt sich natürlich auch auf die Zukunft der geschäftlichen Mobilität aus, auf den einzelnen Reisenden und den, der ihn auf Reisen schickt. Ich denke, dass die Digitalisierung das Berufsbild der Mobilitätsmanager weiter verändern, aber nicht überflüssig machen wird. Die Unternehmen werden das Thema geschäftliche Mobilität noch stärker interdisziplinär denken müssen. Ein Baustein ist die Zusammenarbeit unterschiedlicher Unternehmensbereiche mit dem Ziel, den idealen Geschäftsreiseprozess des Mitarbeiters zu entwickeln, Synergien zu nutzen und dabei auch seinen individuellen Bedürfnissen als Mitarbeiter und Mensch gerecht zu werden. Mobilitätsmanager werden hierbei künftig zum digitalen Prozessmanager, da sie in Unternehmen eine sensible Schnittstelle im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit, Datenschutz, Compliance und Ertragssteuerung besetzen, nicht zu vergessen die damit einhergehende und häufig unterschätzte Kommunikation.

DMM: Sie wollen auch den Nachwuchs besser fördern. Arbeiten Sie mit Hochschulen zusammen, wie in der Vergangenheit?

Carnier: Wir kooperieren bereits seit Jahren eng und erfolgreich mit dem Fachbereich Touristik/Verkehrswesen der Hochschule Worms und arbeiten punktuell auch mit anderen Hoch-

schulen zusammen. Mir ist einerseits wichtig, schon bei den Studierenden das Interesse an der vielseitigen und spannenden Tätigkeit eines Travel- bzw. Mobilitätsmanagers zu wecken. Mit den Seminaren und Webinaren unserer VDR-Akademie sprechen wir andererseits auch gezielt Berufseinsteiger an, um sie für ihre Tätigkeit im Unternehmen bestmöglich zu qualifizieren. Auch unsere Fachveranstaltungen tragen zunehmend dazu bei, Nachwuchstalente für die Themen unseres Berufsstandes zu begeistern. Das wollen wir weiter ausbauen und arbeiten bereits an Ideen für neue Konzepte.

DMM: Der komplexe internationale Markt erfordert qualifiziertes Fach- und Führungspersonal auf Nutzer- und Anbieterseite. Deshalb wurde vor Jahren auch mit Zutun von DMM der Ausbildungsgang mit Abschluss „Fachwirt/in für Geschäftsreise- und Mobilitätsmanagement“ (IHK) eingeführt. In wieweit ist der VDR involviert?

Carnier: Wir haben in der Konzeptionsphase des Ausbildungsgangs unsere Verbandsexpertise einfließen lassen und einige Lehrbriefe mitgestaltet. Letztlich hat sich aber gezeigt, dass unsere Zielgruppe die als reines Fernstudium angelegte Ausbildung nicht so angenommen hat, wie erhofft. Da die Nachfrage nach den Präsenz-Studiengängen „Certified Travel Manager“ und „Certified Mobility Manager“ der VDR-Akademie deutlich größer war und immer noch ist, konzentrieren wir uns derzeit auf diese Angebote und lassen den Fachwirt in Absprache mit dem IST-Studieninstitut aktuell ruhen. Wir arbeiten aber an einem klaren Berufsbild und entsprechender Positionierung.

DMM: Der VDR hat im Juni seine 17. Ausgabe der Geschäftsreiseanalyse präsentiert. U.a.

besagt die Studie, dass es 2018 rund 189,6 Mio. Dienstreisen gegeben hat. Nach unseren Untersuchungen haben gewerbliche Unternehmen mit Flugzeug, Bahn, Geschäfts- und Mietwagen weit über 500 Mio. Dienstreisen unternommen?

Carnier: Die Ergebnisse reflektieren die Antworten von 800 befragten Geschäftsreise-Verantwortlichen in Unternehmen und Organisationen des öffentlichen Sektors ab zehn Mitarbeitenden auf die Frage: Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr X in Ihrem Unternehmen durchgeführt? Mit der Anzahl der Geschäftsreisen wird in unserer Analyse die Transaktionsanzahl aller betrieblich veranlassten und abgerechneten Reisen definiert, die anhand von einzelnen Reisekostenabrechnungen erfasst werden. Dauer, Ziel oder Zweck der Reise oder die berufliche Stellung des Reisenden sind hierbei unerheblich. Die Grundgesamtheit der Analyse ist zudem nicht gleichzusetzen mit „gewerbliche Unternehmen“, da Freiberufler bzw. Betriebe mit 1-9 Mitarbeitenden nicht analysiert werden. Eine Fuhrparkmanager-Befragung würde sicher höhere Zahlen liefern, war bislang aus methodischen Gründen aber nicht Gegenstand der Untersuchung – zumal wir das Thema aus einer etwas anderen Perspektive betrachten.

DMM: Auch bei den gesamten Geschäftsreisekosten scheint es eine Lücke zu geben: Sie geben 53,5 Mrd. Euro an. Beziehen wir die Kosten für Beschaffung und Betrieb von Geschäftswagen in Unternehmensflotten, bei kleinen Fuhrparks sowie bei Freiberuflern mit ein, kommen locker über 150 Mrd. Euro zusammen. Was also stimmt?

Carnier: Das ist sicher auch eine Frage der Definition. Persönliche Geschäfts- bzw. >>>



Einsparmöglichkeiten sieht der VDR bei den Prozesskosten.



Auch mit Virtual Reality-Themen müssen sich Mobilitätsmanager anfreunden.

Dienstwagen werden kostenseitig nicht als Reisekosten abgerechnet, da sie vor allem in größeren Unternehmen zumeist ein Gehaltsbestandteil sind. Daher fließen die Beträge auch nicht in die im Travel Management erfassten Reisekosten ein und somit auch nicht in unsere Analyse. Flug, Bahn und Mietwagen hingegen schon. Wenn man Ausgaben für die Beschaffung und Betrieb von Flottenfahrzeugen mit betrachten möchte, kann man sicherlich auf größere Beträge kommen, muss das aber sehr differenziert betrachten. Vereinfacht gesagt erhöhen geleaste Fahrzeuge die Verschuldung des Unternehmens, während gekaufte Fahrzeuge ins Anlagevermögen fließen und über die Nutzungsdauer abgeschrieben werden. Beide Formen der Bilanzierung werden nach der Methodik unserer Geschäftsreiseanalyse nicht als Ausgaben für Geschäftsreisen gewertet.

DMM: In der Studie heißt es weiter, intelligentes Mobilitätsmanagement zahlt sich in jedem Fall aus. Die Mehrheit der Geschäftsreiseverantwortlichen könne nach wie vor jeden zehnten Euro einsparen. Und in jedem vierten Unternehmen liege der Spareffekt bei bis zu 20%. Dabei hieß es doch schon, dass die Sparpotenziale ausgereizt sein sollen?

Carnier: Die Zahlen zeigen, dass es sich für Unternehmen nach wie vor rechnet, wenn sie sich ein professionelles Mobilitätsmanagement mit qualifizierten Mitarbeitern „leisten“. Denn mit strategischem Weitblick, Verhandlungsgeschick und effizienter Prozesssteuerung können Firmen noch immer sparen – und zwar im Gegensatz zu denen, die auf ein entsprechendes Geschäftsreisemanagement verzichten. Dem Einsparpotenzial sind aber vor allem in der Spitze durchaus Grenzen gesetzt – was die

Geschäftsreiseanalyse 2019 übrigens auch belegt. So hat sich der Anteil derer, die Einsparerfolge von 20 % und mehr zu verzeichnen haben, im Fünfjahresvergleich von 24 % auf 8 % reduziert. Gerade aber bei den Prozesskosten sehen wir noch Möglichkeiten durch den Einsatz besserer Technologien.

DMM: In diesen Tagen dreht sich vieles um das Thema Klima und CO₂-Bepreisung, um Kerosinbesteuerung, um Flugscham etc.. Wissenschaftler fordern z.B. Flugverzicht, sogar Lufthansa-CEO Carsten Spohr hat gesagt, es wäre in Deutschland aus Profitabilitätsgründen auf Kurzstrecken besser, den Zug zu nehmen. Sehen Sie da dunkle Wolken für die Geschäftsreisebranche heraufziehen?

Carnier: Die Geschäftsreisebranche entzieht sich dieser Diskussion nicht. Wichtig ist dabei aber, nicht in blinden Aktionismus zu verfallen, sondern vernünftige, ganzheitliche Lösungen zu finden. Der VDR befürwortet klar ein nachhaltiges Mobilitätskonzept, das die Einhaltung der Klimaschutzziele in der gesamten EU und darüber hinaus verfolgt. Das z.B. andiskutierte Flugverbot allein für Deutschland würde da nicht viel bringen, ebenso eine Kerosinsteuer – schließlich schaden dem Klima vor allem jene Flugzeuge, die über weite Strecken in großer Höhe fliegen. Deshalb muss die Luftfahrt selbst umweltfreundlicher werden, indem Innovationen (alternative) Treibstoffe gefördert werden. Hier passiert ja auch schon viel, was die Airlines auch schon zwangsweise tun müssen aufgrund der hohen Treibstoffkosten. Gleichzeitig müssen Anreize für den Umstieg auf weniger klimaschädliche Verkehrsmittel geschaffen werden. Die Bahn kann das Fliegen bereits auf vielen innerdeutschen Strecken ersetzen. Eine echte Mobilitätsalternative für Geschäftsreisen-

de, die im Auftrag ihrer Firmen unterwegs sind, ist sie aber erst, wenn Verlässlichkeit, Erreichbarkeit und bestimmte Funktionalitäten sichergestellt sind. Daran und an weiteren Konzepten arbeiten wir – auch im Austausch mit unseren Mitgliedern.

DMM: Welche Empfehlungen geben Sie konkret an Ihre Mitglieder bzw. die Geschäftsreiseverantwortlichen in den Unternehmen?

Carnier: In welchem Maße Konzepte und Strategien zum Klimaschutz und zur Nachhaltigkeit in Unternehmen eingeführt und umgesetzt werden, ist zunächst einmal eine Frage der jeweiligen Unternehmenspolitik. Natürlich sprechen wir unseren Mitgliedern aber Empfehlungen aus. Der VDR-Fachausschuss Nachhaltigkeit/CSR etwa setzt sich für umweltschonende Geschäftsreisen ebenso ein wie für intelligente Alternativen. Dabei unterstützt er technologische Entwicklungen, mit denen Geschäftsreisen auf sinnvolle Weise substituiert werden können, um negative Auswirkungen auf die Umwelt zu begrenzen. Der VDR stellt seinen Mitgliedsunternehmen verschiedene Arbeitsvorlagen kostenfrei zur Verfügung, etwa die „Empfehlungen für grüne Elemente in der Reiserichtlinie“, den VDR-Standard zur CO₂-Emissionsberechnung einer Geschäftsreise, eine Musterschreibung mit Fokus auf Nachhaltigkeit sowie den „VDR-Wegweiser Nachhaltigkeit“.

DMM: Zu guter Letzt: Mit welchem Verkehrsmittel reisen Sie persönlich am liebsten?

Carnier: Aktuell am liebsten mit einem Verkehrsmittel, das mich anlassabhängig zuverlässig, sicher und pünktlich an mein Ziel bringt. Ein solches zu finden, ist aber momentan nicht immer ganz einfach. ●●●