

Geschäftsreise *effektiv*

Abläufe optimieren · Kosten senken · Qualität sichern

2 | März / April 2011

Travel Management

Die goldenen Regeln für erfolgreiche Preisverhandlungen mit Leistungsträgern

von Michael Schneider, Executive Director International Sales, Lufthansa AirPlus Servicekarten

Jede Verhandlung ist ein einzigartiger Prozess. Dessen Ergebnis wird insbesondere von der Qualität und Professionalität der Beziehung zwischen den Verhandlungspartnern bestimmt. Der wichtigste Faktor in einer Verhandlung im Travel Management liegt jedoch in der gezielten Vorbereitung. Der folgende Beitrag beschreibt die Erfolgsfaktoren von Preisverhandlungen und gestattet Ihnen einen Blick auf die weithin unbekanntenen Preisfindungs-Mechanismen der Airlines.

Neun Schritte zum Verhandlungserfolg

Der typische Verhandlungsverlauf besteht normalerweise – unabhängig von der Rolle des Verhandlungspartners (Einkäufer/Verkäufer) – aus folgenden neun Schritten:

Die neun Schritte im Überblick

1. Vorbereitung
2. Einführung
3. Darstellung und Testen
4. Zusammenfassung
5. Vorschlag
6. Verhandlung
7. Einigung
8. Vertrag
9. Ausführung

Solange hierbei keine Partei einen grundlegenden Fehler macht, ist eine Einigung unvermeidlich. Mehr noch: Die Vorbereitung nimmt den eigentlichen Verhandlungsverlauf durch ihre definitorische Kraft zu einem Großteil vorweg. Aber oft erleben wir, dass beide Seiten kaum Zeit darauf verwendet haben, genauer zu untersuchen und Informationen darüber zu erlangen, welche Kriterien den Verhandlungsverlauf beeinflussen und lenken.

Inhalt

Travel Management

Die goldenen Regeln für erfolgreiche Preisverhandlungen mit Leistungsträgern 1

Mobile Travel Service / Kommunikation auf Reisen / Geschäftsreise

Vernachlässigen Sie nicht die Sicherheit auf Ihrem Mobiltelefon! 6

Geschäftsreise / Expatriates / Lohnbuchhaltung

Arbeitnehmerbesteuerung bei Entsendung in die VAE 7

Flugreise / Geschäftsreise

Haftung der Airline bei Verlust von Reisegepäck 7

Flugreise / Geschäftsreise

Entschädigung auch bei streikbedingter Verspätung 7

Geschäftsreise / Privatfahrzeug / Fahrtkostensatz

Fahrtkosten bei Geschäftsreisen mit eigenem Pkw: So ziehen Arbeitnehmer alle Register 8

Geschäftsreise / Privatfahrzeug

Unfallschaden am Privatfahrzeug auf Geschäftsreise 9

Firmenwagen / Lohnbuchhaltung

Verzicht auf Arbeitsentgelt zugunsten eines Firmenwagens 10

Firmenwagen / Fuhrpark Management / Lohnbuchhaltung

Kein Entzug des Firmenwagens sofort nach Kündigung 10

Zahl des Monats

55 Prozent ...

der Deutschen lehnen die Handynutzung in Flugzeugen ab, das ergab eine Umfrage im Auftrag des Branchenverbandes Bitkom. Nur 19 Prozent sind uneingeschränkt dafür. Weitere 15 Prozent sind für die Benutzung in abgetrennten Bereichen, und 10 Prozent befürworten lediglich SMS und mobiles Surfen. Seit einer vergleichbaren Umfrage vor drei Jahren hat sich nur wenig geändert – damals waren 60 Prozent gegen die Handynutzung an Bord. Je älter die Menschen, desto eher lehnen sie die Handynutzung an Bord ab. Ab 50 Jahren ist eine klare Mehrheit dagegen, während die Jüngeren die Nutzung im Flugzeug erlauben würden – wenn auch größtenteils mit Einschränkungen.

Wichtige Fragestellungen

- Wussten wir zu Verhandlungsbeginn genug über die Ziele der anderen Seite?
- Wussten wir genug über die persönlichen Motive und Bedürfnisse unseres Gegenübers?
- Wussten wir genug vom internen Entscheidungs- und Hierarchiegeflecht des anderen Unternehmens?
- Wussten wir, welche Personen Einfluss auf die Entscheidung nehmen würden?
- Haben wir Fragen vorab gestellt?
- Waren es die richtigen Fragen?
- Haben wir alternative Szenarien entworfen?

Das absolute Minimum an Vorbereitung ist es, die Website des Unternehmens, mit dem man verhandelt, zu studieren. Weitere Informationen findet man typischerweise bei gewöhnlich gut informierten Quellen wie Travel Management Companies. Diese Firmenreisebüros sind ein Bindeglied zwischen Ein- und Verkäufern der Reisebranche. Darüber hinaus agieren sie wie eine Art Konsolidierungsstelle für alle Anbieter von travel-relevanten Produkten.

Über diese drei Bereiche sollte man Fakten sammeln

Corporate Information	Corporate Environment Information	Personal Information
Shareholders Geschichte Größe Produkte Länder Mitarbeiterzahl Vision Strategie Compliance Regulations Einkaufsprozess Entscheidungsabläufe	Generelles Marktumfeld Branchentrends Wettbewerb Lieferanten Kunden Strategische Partner Rechtliche Rahmenbedingungen Politischer Rahmen Stakeholder	Alter Status Einkommen Hierarchieebene Reputation Persönliche Präferenzen Werte Motivationsfaktoren Hobbies Activities Interessen

Der Einfluss der Verhandlungsteilnehmer

An strategischen und komplexen Verhandlungen nehmen abschnittsweise unterschiedliche Teilnehmer Einfluss auf den Prozess und das Ergebnis. Oft sind zehn und mehr Personen am Entstehungsprozess der Entscheidung beteiligt. Was ist ihre Position auf einer „Entscheidungslandkarte“?

1. Der Hauptverhandlungspartner steht grundsätzlich im Zentrum. Aus Sicht beispielsweise eines Airline-Verkäufers wäre das der Travel Manager. Um ihn herum scharen sich alle Mitentscheider, die möglicherweise Einfluss auf den Verhandlungsverlauf ausüben können.
2. Im zweiten Schritt wird die Einflussstärke jedes Entscheiders in Prozent festgelegt. 80 Prozent würde demzufolge für jemanden stehen, der sehr starken und expliziten Einfluss auf die Entscheidung nimmt und an deren Formulierung er maßgeblich beteiligt ist.
3. Im dritten Schritt geht es darum, den ungefähren Level der Affinität des jeweiligen Entscheiders herauszufinden. In der Praxis hat sich der pragmatische und effektive Ansatz der drei Dimensionen bewährt: „+“, „o“ und „-“, das heißt positiv, neutral, negativ.

Seminare und Kongresse

06.04.2011

Auslandsentsendung von Mitarbeitern, Präsenzseminar, Verlag Dashöfer, Stuttgart. [>mehr im Web](#)

07.04.2011

Auslandsentsendung von Mitarbeitern, Präsenzseminar, Verlag Dashöfer, Leipzig. [>mehr im Web](#)

07.04.2011

Aktuelles Reisekostenrecht – Praxishilfen für Ihren Arbeitsalltag, Präsenzseminar, Verlag Dashöfer, Köln. [>mehr im Web](#)

07.04.2011

stb marketplace, Branchentreff im Veranstaltungsbereich, MiCE AG, Maimarkthalle Mannheim. [>mehr im Web](#)

4. Der letzte Schritt kennzeichnet Verknüpfungen von Entscheidern. Dies kann durch bloße Sympathie oder sehr enge Zusammenarbeit und damit ähnliche Sichtweisen begründet sein, kann aber auch durch die Eigentumsverhältnisse von zwei Unternehmen entstehen.

Auch wenn die Erstellung einer solchen Landkarte einen zeitlichen Aufwand vor Beginn der eigentlichen Verhandlung darstellt, so macht sie sich später mehr als bezahlt. Der Verhandlungsprozess wird hierdurch deutlich verkürzt und führt zu besseren Ergebnissen.

Der Preis und die Mengen sind das A und O

Logischerweise konzentrieren sich die meisten Verhandlungen auf den Preis. Er ist maßgeblich vom Marktumfeld abhängig. Da etwa die Airline-Branche durch Monopole, Oligopole und staatliche Regulierung gekennzeichnet ist, sind die Möglichkeiten vieler Fluggesellschaften, ihre Einkaufspreise an entscheidenden Stellen nach ihren Bedürfnissen zu gestalten, extrem eingeschränkt. Dies fördert eine deutliche Fokussierung auf die Gewinnfaktoren Preise und Mengen.

Die meisten Preise sind fast immer Bestandteile größerer Marketingpakete, die speziell für genau austarierte Marktsegmente und exakte Nachfrageszenarien erstellt wurden. Um das Problem der Komplexität zu beherrschen, haben Airlines ein extrem vielseitiges und flexibles System entwickelt, das jedem einzelnen Sitzplatz ihres Systems eine unendliche Anzahl von möglichen Preisschildern zuordnen kann: das Revenue Management System. Das erklärt, warum Preisverhandlungen mit Leistungsträgern der Reisebranche so komplex und anspruchsvoll, oftmals extrem schwierig sind.

Ertragsoptimierung ist das Ziel

Das oberste Ziel von Revenue Management ist es, die Erlöse für jede einzeln gehandelte „Ware“ – einen Flugsitz, ein Hotelzimmer oder ein Fahrzeug – zu optimieren. Dies geschieht auf der Basis einer Vorhersage der ungesteuerten Nachfrage.

Zur Ertragsoptimierung identifizieren Leistungsträger die Zeiten, in denen die Nachfrage die Kapazität übersteigt, um eine Annahme darüber treffen zu können, zu welcher Preisgrenze man unter diesen Umständen einen Passagier annimmt – oder aber bewusst ablehnt. Das geschieht über die automatische Steuerung der Buchungsklassen, die vom System geöffnet (verfügbar gemacht) oder geschlossen werden. Hierbei stellen die Buchungsklassen lediglich Platzhalter für ein bestimmtes Preisniveau dar, zu dem die Airline eine durch die Vorhersage bereits vorbestimmte Anzahl von „erwünschten“ Kunden zulässt.

Entsprechend wird ein Leistungsträger immer versuchen, an diejenigen Kunden zu verkaufen, die bereit sind, den höchstmöglichen Preis zu zahlen. Beim Beispiel Airlines ist es unmöglich vorherzusagen, wann genau dieser so gesuchte, wertvolle Passagier tatsächlich am Schalter stehen wird und ein Ticket kaufen möchte. Daher hat jede Airline das Risiko, ihre Sitze nach dem „First come, first serve“-Prinzip zu verkaufen und ausverkauft zu sein, wenn der begehrteste Passagier kommt und ein Ticket erwerben will.

Seminare und Kongresse

13.04.2011

Effiziente Reisesicherheit von der Planung über die Durchführung bis zur Rückkehr des Reisenden, Praxis-Workshop, VDR Akademie (BusinessTravel Show, Messe Düsseldorf). [>mehr im Web](#)

18.05.2011

Kosten senken durch sinnvolle Prozesse im Travel Management, Präsenzseminar, VDR Akademie (Frankfurt/Main). [>mehr im Web](#)

18.05.2011

„HRworks – das richtige Rezept“, Informationsveranstaltung, Frankfurt/Main. [>mehr im Web](#)

19.05.2011

Reisekosten richtig abrechnen, Präsenzseminar, Haufe Akademie, Bochum. [>mehr im Web](#)

08.06.2011

stb marketplace, Branchentreff im Veranstaltungsbereich, MICE AG, Congress Centrum Essen. [>mehr im Web](#)

21.06.2011

Zusammenarbeit mit dem Reisebüro – Der Weg zum richtigen Reisebüropartner, Präsenzseminar, VDR Akademie (Frankfurt/Main). [>mehr im Web](#)

Messen und Events

13.04. – 14.04.2011

Business Travel & Meetings Show, Messe Düsseldorf, [>mehr im Web](#)

24.05. – 26.05.2011

IMEX – the worldwide exhibition for incentive travel, meetings and events, Messe Frankfurt/Main. [>mehr im Web](#)

22.06. – 23.06.2011

Business Travel Market (BTM), London. [>mehr im Web](#)

Unser Tipp: Weitere Veranstaltungen finden Sie im Veranstaltungskalender auf unserer Homepage: www.geschaeftsreise-effektiv.de

Mit Bid-Pricing zum optimalen Preis

Deshalb haben Airlines die Bid-Pricing-Methode entwickelt. Das ist eine Art unsichtbare und für den Kunden unbewusste Auktion, um Flugsitze zu einem bestimmten Preis zu veräußern. Mit Hilfe seiner Daten aus der Vergangenheit nimmt das Revenue Management System der Airline eine Wahrscheinlichkeitsvorhersage über Nachfragen zu bestimmten Preisbandbreiten vor – und zwar für jeden einzelnen Flugsektor zu jeder angebotenen Flugzeit. Zusätzlich sagt das System auch die Preissensibilität und Zahlungsbereitschaft des nächstmöglichen Passagiers vorher. All dies passiert auf der Grundlage der aktuellen und der historischen Daten.

Beispiel

Die Airline hat die Buchungsklassen vom höchsten zum niedrigsten Wert sortiert. Hinter jeder Klasse finden sich die Minimumwerte in Dollar, die das System von einem Passagier als Preis erwartet, wenn er die Verfügbarkeit der jeweiligen Klasse nutzen möchte:

Y - \$999
H - \$655
K - \$425
B - \$362
V - \$303
\$254 = Bid Price
Q - \$233

Der Bid Price ist der Wert, den das System annimmt, für den nächsten Kunden erzielen zu können. Er ist hier auf \$254 festgelegt. Folgerichtig schließt das System alle Buchungsklassen, deren Wert unter \$254 liegt, hier die Q-Klasse.

Wichtig: Die Airline lehnt also Kunden ab, die nur \$254 zahlen wollen, selbst dann, wenn es diese niedrigeren Tarife im Markt gibt. In diesem Fall wird die Sitzverfügbarkeit entzogen und somit der Preis unwirksam gestellt. Somit haben es die Airlines fertig gebracht, ihre Preise von der Verfügbarkeit des Services völlig zu entkoppeln, und sich in die Lage versetzt, jederzeit eine beliebige Menge an Sitzen zu einem bestimmten Preis durch Schließen der Buchungsklassen aus dem Markt zu nehmen.

Warum ist es so wichtig, dies bei Preisverhandlungen in Betracht zu ziehen? Sieht man sich die Fähigkeit der Airlines an, zwar Preise zu verhandeln, diese aber zu jeder Zeit durch Schließen der Buchungsklassen faktisch wieder aus dem Markt zu nehmen, ergeben sich für das Verhandlungsgefüge einige kritische Aspekte. Für die Einkäuferseite stellen sich folgende Fragen:

- Wie viele Sitze werden von unserem Unternehmen dieses Jahr auf welchen Routen benötigt?
- Wann genau werden diese Sitze benötigt?
- Was ist aus Unternehmenssicht das erwartete, faire und akzeptable Preisniveau für diese Sitze?
- Wie wird die Verfügbarkeit der Sitze zu den benötigten Zeiten sein?
- Wie viele Preise müssen beide Seiten vereinbaren, um für alle Buchungsklassen zu allen Zeiten für volle Verfügbarkeit abgesichert zu sein?
- Welche Buchungsklassen müssen für welche Preise gebucht werden?
- Welche Konditionen und Bestimmungen gelten in welchen Klassen oder für welche Preise?
- Was sind alternative Preismodelle?
- Kann der Verhandlungspartner, der dem Einkäufer gegenüber sitzt, diese Faktoren verhandeln oder beeinflussen?

Personalia

Julia Howe



hat bei Aer Lingus die Position des Regional Sales Manager Central Europe übernommen. Sie tritt die Nachfolge von **Eamonn Cunningham** an, der in

dieser Position nach 46 Jahren in den Ruhestand gegangen ist.

Janina Willeke



ist seit Dezember Head of Sales Germany beim Online-Reisebüro Egencia. Zuvor arbeitete sie bei Michael Page Deutschland.

Ulla Siebke

ist neue Sales Managerin Leisure bei SAS Scandinavian Airlines und damit unter anderem für das MICE- und Gruppengeschäft zuständig. Sie ist seit 2006 bei SAS und verfügt über insgesamt mehr als 20 Jahre Verkaufserfahrung bei verschiedenen Fluggesellschaften, hauptsächlich im Bereich Touristik.

Martin Waha

ist neuer Sales Manager Corporate bei SAS Scandinavian Airlines und somit für den Geschäftskundenbereich inklusive der Reisebüroketten verantwortlich. Er ist seit insgesamt 21 Jahren bei der skandinavischen Fluggesellschaft tätig und verfügt auch über weitreichende Kenntnisse in den Bereichen Preisgestaltung, Distribution sowie im operativen Bereich.

Andreas Westerburg



leitet ab sofort den Vertrieb für Hilton Worldwide in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Der 43jährige war unter anderem bei BTI,

SRS Steigenberger Reservation Service sowie für die Arabella Hotels tätig.

An dieser Stelle schließt sich der Kreis zur Entscheidungslandkarte, denn es liegt auf der Hand, dass für solche Fragen die Entscheidung in der Pricing- sowie Revenue Management-Abteilung der Airline liegt und somit der Airline-Verkäufer allein kein geeigneter Verhandlungspartner sein kann.

Die sechs goldenen Regeln der Preisverhandlung

Bereits vor Verhandlungsbeginn sollte man sich eine klare Strategie zurechtlegen. Für die Durchsetzung und Beibehaltung gelten die folgenden sechs goldenen Regeln:

Die sechs Regeln im Überblick

- 1. Das ambitionierte Ziel:** Das bedeutet in der Regel, dass es Ziel sein muss, den aus der individuellen Perspektive bestmöglichen Tarif zu verteidigen.
- 2. Die standhafte Verteidigung des Ziels:** Dies ist natürlich auch und vor allem eine Glaubwürdigkeitsfrage: Reduziert man seine Position zu schnell, läuft man Gefahr, nicht als ernsthafter Verhandlungspartner wahrgenommen zu werden und schwächt somit seine Position.
- 3. Forderungen und Zugeständnisse:** Zu einem bestimmten Zeitpunkt in der Verhandlung führt für beide Seiten kein Weg mehr an Zugeständnissen vorbei. Daher muss sich ein Verhandlungspartner bereits vorher darüber klar werden, welche Zugeständnisse er in diesem Fall in welchem Umfang und welcher Reihenfolge zu machen bereit ist. Gleiches gilt für die Forderungen, die man für jedes Zugeständnis erhebt.
- 4. Quid pro quo – keine Leistung ohne Gegenleistung:** Wenn wir Zugeständnisse machen müssen, werden wir dies nur dann tun, wenn wir dafür etwas als Gegenleistung bekommen.
- 5. Zugeständnisse in kleiner werdenden Schritten:** Wenn wir es nicht mehr vermeiden können, Zugeständnisse zu machen, sollten wir dies in kleiner werdenden Schritten tun. Das signalisiert, dass der Verhandlungsspielraum enger wird.
- 6. Die schriftliche Fixierung:** Haben beide Seiten schließlich eine Übereinkunft erreicht, sollte diese schriftlich niedergelegt werden. Das schützt vor späterer Wiederaufnahme der Preisverhandlungen.

Erfahrene Verhandlungsführer wissen, wie hoch die Wahrscheinlichkeit für gegenläufige Auffassung und Ansätze der Parteien ist. Daher gehen sie stets zum ersten und wichtigsten Punkt einer Verhandlung zurück: Zur Vorbereitung. Denn schon hier lassen sich all die im letzten Schritt auftretenden Schwierigkeiten und Einwände der Gegenseite mit hoher Zielsicherheit erkennen. Bereits im Verlauf der Verhandlung kann man diese durch alternative Szenarien beantworten und so den erfolgreichen Vertragsabschluss sicherstellen.

Praxishinweis

Vertiefen können Sie dieses Thema in einem Workshop mit Michael Schneider am 14. April 2011 im Rahmen der BusinessTravel & Meetings Show in Düsseldorf: Dort lautet sein Thema: „Wie verhandle ich richtig? – Die Beeinflussbarkeit von Machtverhältnissen in Preisverhandlungen.“ Mehr dazu [hier](#).

Personalia

Philip Philippou



wird bei Air Partner, einem Anbieter von Privat- und Business-Jets, zum 1. Mai die Position des Country Manager Germany übernehmen. Der

Airline-Manager kommt von Cyprus Airways und tritt die Nachfolge von **Peter Springinklee** an, der seit Herbst vergangenen Jahres als Produktmanager für die Air Partner Gruppe von Wien aus europäische Großveranstalter betreut.

Johannes Falck



ist neuer National Key Accounts Manager bei Emirates in Frankfurt. In dieser Position verantwortet der Diplom-Kaufmann die Verkaufstätigkeiten

im Bereich Reisebüroketten sowie Meetings, Incentives, Conferences & Events. Davor war er als Partnership Manager Continental Europe für das Handelsmarketing und Kooperationen bei Tourism Australia zuständig.

Markus Schreyer



ist neuer Verkaufsleiter für Zentral- und Osteuropa bei den Starwood Hotels & Resorts. Er war seit 2008 für das Arabella Starwood, dem Joint

Venture der Starwood Hotel & Resorts und der Schörghuber Unternehmensgruppe, als Verkaufschef für Deutschland, Österreich, die Schweiz, Mallorca und Südafrika tätig. Bevor Schreyer zu Arabella Starwood Hotels & Resorts kam, war er als Director of Global Sales für Hilton Worldwide in Frankfurt am Main tätig, wo er das internationale Verkaufsbüro leitete.

Mobile Travel Service / Kommunikation auf Reisen / Geschäftsreise

Vernachlässigen Sie nicht die Sicherheit auf Ihrem Mobiltelefon!

Auf Smartphones sind häufig sensible berufliche Informationen gespeichert, der Verlust des Mobiltelefons kann daher schwerwiegende Folgen haben. Und das Verlustrisiko ist hoch: Mehr als 10 Mio. Bundesbürgern ist ihr Handy schon einmal abhanden gekommen. Um ihre Sicherheit zu erhöhen, rät der Branchenverband BITKOM Smartphone-Nutzern zu folgenden acht Maßnahmen:

1. Werkseitige Sicherheitseinstellungen nutzen

Smartphones werden heute von den Herstellern grundsätzlich mit umfangreichen Sicherheitseinstellungen ausgeliefert. Der beste Schutz hilft aber nichts, wenn der Nutzer beispielsweise aus Bequemlichkeit die Kennwortabfrage oder andere standardmäßige Sicherheitsfunktionen deaktiviert. Sie sollten aktiv genutzt werden. Die von den Herstellern bereitgestellten Software-Updates sollten installiert werden, da damit auch etwaige zwischenzeitlich entdeckte oder neu entstandene Sicherheitslücken geschlossen werden.

2. Apps nur aus sicheren Quellen beziehen

Das Installieren von Apps ist unter Sicherheitsaspekten frei von Risiken. Anwender sollten daher vor der Installation prüfen, ob eine Anwendung wirklich benötigt wird. Wichtig ist außerdem, Apps nur aus vertrauenswürdigen Quellen zu beziehen. Über Suchmaschinen können beispielsweise Erfahrungsberichte anderer Nutzer gefunden und zur Beurteilung herangezogen werden.

3. Zugriff auf notwendige Informationen beschränken

Die Anwendungen auf dem Smartphone sollten nicht auf mehr Informationen Zugriff haben als notwendig. Beispielsweise sollten Standortinformationen, wie der Zugriff auf das GPS-System Programmen vorbehalten sein, die diese auch benötigen, etwa ein Routenplaner oder ein Stadtplandienst.

4. Vorsicht bei „Hacking-Tools“

Manche Handybesitzer setzen sogenannte Hacking-Tools ein, um bestimmte Sperren der Geräte auszuhebeln. Das Risiko dabei: Gewollt oder ungewollt können zusätzliche Sicherheitsfunktionen außer Kraft gesetzt werden.

5. Bluetooth- und WLAN-Funktion nicht ständig einschalten

Die Bluetooth- oder WLAN-Funktion sollte nur dann eingeschaltet werden, wenn sie bewusst genutzt wird. Über offene Bluetooth-Schnittstellen können Fremde ansonsten unbemerkt Daten auslesen.

6. Rechnung stets aufmerksam kontrollieren

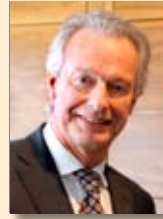
Zudem sollten Nutzer stets ihre Rechnungen im Hinblick auf zweifelhafte Abbuchungen kontrollieren.

7. Daten für den Fall eines Verlusts verschlüsseln

Die Daten auf dem Smartphone sollten für den Fall eines Verlusts mit Kennwörtern und eventuell mit spezieller Sicherheitssoftware verschlüsselt werden. Einige Geräte oder Zusatzprogramme ermöglichen zudem die Fernlöschung der Daten auf dem Gerät oder erledigen dies nach mehrfacher Fehleingabe des Kennworts automatisch.

Personalia

Klaus-Peter Sieglösch



wurde zum hauptamtlichen Präsidenten des Bundesverbandes der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) gewählt. Der 64-jährige ZDF-

Moderator löst ab Juni den Gründungspräsidenten **Dieter Kaden** ab, der das Amt im Dezember 2010 neben seiner eigentlichen Funktion als Vorsitzender der Geschäftsführung der DFS Deutsche Flugsicherung GmbH übernommen hatte.

Literaturtipp

Veranstaltungsrichtlinien

Der Inhalt dieses Buches widmet sich sowohl den theoretischen Grundlagen als auch der praktischen Handhabung, bis hin zu den wichtigsten Schritten bei der Einführung und Umsetzung im Unternehmen.



Denn der Kostenblock „Veranstaltungen“ hat das Interesse aller Beteiligten geweckt. Veranstaltungsrichtlinien können dabei Hilfsmittel, Lösungsansatz oder Management-Konzept sein.

Zum Handeln zwingen die Verantwortlichen in Unternehmen auch die wachsende Zahl an Veranstaltungen und deren zunehmende Bedeutung, der Einsatz moderner Online-Tools zum Teilnehmermanagement sowie die veränderten Zuständigkeiten bei der Organisation von Veranstaltungen.

Veranstaltungsrichtlinien werden in diesem Zusammenhang auch als die Basis für ein konfliktfreies, zielführendes und damit erfolgreiches Arbeiten im Veranstaltungsmanagement betrachtet.

Gerhard Bleile und Cornelius Blei, Veranstaltungsrichtlinien, Verlag Wissenschaft & Praxis, 2011, ISBN-10: 3896735667, Preis 28,00 Euro

News und Trends

8. Bei Ausmusterung des Handys alle Daten löschen

Wird ein Smartphone ausgemustert, sollten alle Daten sicher und vollständig gelöscht werden. Interne und externe Speicher, wie zum Beispiel Speicherkarten, lassen sich durch mehrfaches Überschreiben mit einer speziellen Software sicher löschen. Auch vor dem Einschicken defekter Endgeräte an den Hersteller sollten – soweit möglich – alle Daten gesichert und auf dem Endgerät gelöscht oder verschlüsselt werden. ◆

Geschäftsreise / Expatriates / Lohnbuchhaltung

Arbeitnehmerbesteuerung bei Entsendung in die VAE

Ein neues [Doppelbesteuerungsabkommen](#) (DBA) zwischen Deutschland und den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) regelt – rückwirkend zum 1. Januar 2009 – die Besteuerung in Deutschland ansässiger und in den VAE tätiger Arbeitnehmer. Das neue DBA muss noch in den jeweiligen nationalen Gesetzgebungsverfahren ratifiziert werden. Dieses Verfahren soll – so das Bundesfinanzministerium – im 1. Halbjahr 2011 abgeschlossen werden.

Unser Tipp: Die künftige Regelung finden Sie beschrieben in „Geschäftsreise effektiv“, [Ausgabe 11/2010, Seite 6](#). ◆

Flugreise / Geschäftsreise

Haftung der Airline bei Verlust von Reisegepäck

Ein Reisender, der Eigentum im Gepäck eines Mitreisenden verloren hat, hat Anspruch auf Schadenersatz für den Verlust des Gepäcks, auch wenn derjenige, der das Gepäck aufgegeben hat, den Haftungshöchstbetrag bereits ausgeschöpft hat. Denn der Haftungshöchstbetrag nach Artikel 22 Absatz 2 Satz 1 Montrealer Übereinkommen ist personenbezogen. Das heißt: Der Anspruch steht nicht nur demjenigen zu, der das Gepäck aufgegeben hat, sondern auch dem Mitreisenden, dem die Sache im aufgegebenen Gepäck gehört.

Entschieden hat das der Bundesgerichtshof in folgendem Fall: Eine Frau war mit ihrem Lebensgefährten von Frankfurt am Main nach Malaga geflogen. Dabei ging die von der Frau als Reisegepäck aufgegebenene Golfreisetasche verloren. In der Tasche befand sich außer ihrer eigenen auch die Golfausrüstung ihres Lebensgefährten (Urteil vom 15.3.2011, Az: X ZR 99/10). ◆

Flugreise / Geschäftsreise

Entschädigung auch bei streikbedingter Verspätung

Muss ein Flug wegen eines Streiks annulliert werden, und erreicht der Reisende dadurch sein Ziel mit 18 Stunden Verspätung, muss die Fluggesellschaft dem Reisenden eine Entschädigung nach der Verordnung (EG) Nr. 261/2004 ([Fluggastrechte-Verordnung](#)) zahlen. Diese Pflicht entfällt nur, wenn die Fluggesellschaft nachweisen kann, dass die Annullierung auf außergewöhnliche Umstände zurückgeht, die sich auch dann nicht hätten vermeiden lassen, wenn alle zumutbaren Maßnahmen ergriffen worden wären. Der Streik einer deutschen Gewerkschaft, die mit der Fluggesellschaft in Tarifverhandlungen steht, zähle nicht dazu, urteilte das Amtsgericht Köln. Vielmehr handele es sich bei einem Streik um äußere Umstände, die im Sinne eines Betriebsrisikos dem normalen Geschäfts- und Tätigkeitsbereich der Fluggesellschaft zuzuordnen und zuzurechnen seien (Urteil vom 12.1.2011; Az: [143 C 275/10](#)). ◆

Neue Version des Amadeus Distribution Centers

Das neue Amadeus Distribution Center soll in den nächsten Monaten auch als Vertriebsplattform für Geschäftsreiseprodukte ausgebaut werden. Die künftige Version integriert Flug- und Bahnbuchungen nahtlos in das Mid Office und richtet sich damit auch an mittelständische Geschäftsreisebüros sowie an Touristikbüros mit Firmendienst.

Zu den Vorteilen der neuen IT-Lösung gehört die vollständige Verzahnung aller Beratungs- und Buchungsverfahren der Amadeus Selling Platform mit dem komplett neu entwickelten Mid Office. Dies ermöglicht dem Anwender einen durchgängigen Prozess. Ebenso können Informationen aus den Kundenprofilen mit den relevanten Attributen in Amadeus Bahn und damit in alle Amadeus-Buchungsverfahren übernommen werden. Zudem wird der Amadeus Transaction Fee Manager eingebunden.

Auch die speziellen Anforderungen an die Zahlungsabwicklung im Firmenkundengeschäft sind berücksichtigt: Das Amadeus Distribution Center stellt für alle Verfahren eine vollständige Zusatzdatenerfassung für Corporate Cards zur Verfügung.

Die neue Version ist im Juli 2011 für den gesamten Markt bestellbar und wird ab September 2011 ausgeliefert.

Amadeus bietet Mobile Travel Assistant an

Amadeus bietet jetzt für Firmenkunden den Mobile Travel Assistant von conTgo an. Die Software sendet relevante Reiseinformationen direkt auf die Mobiltelefone der Reisenden, und zwar genau dann, wenn sie gebraucht werden. Dazu gehören beispielsweise Informationen zum öffentlichen Personennahverkehr, Hotelinformationen und jede Art von ortsbezogener Information, die der Arbeitgeber oder das Geschäftsreisebüro festlegen. >>>

Geschäftsreise / Privatfahrzeug / Fahrtkostenersatz

Fahrtkosten bei Geschäftsreisen mit eigenem Pkw: So ziehen Arbeitnehmer alle Register

von Diplom-Volkswirt Günter Göbel, Bergtheim

Es kommt nicht selten vor, dass Arbeitnehmer Geschäftsreisen mit ihrem privaten Pkw durchführen. Dabei stehen aktuell zwei Fragen im Fokus:

1. Deckt die steuerfreie Erstattung von 30 Cent pro Kilometer alle Kosten ab oder darf der Arbeitnehmer zusätzlich einen bestimmten Cent-Betrag pro Kilometer als Werbungskosten geltend machen?
2. Wie verhalten sich Arbeitnehmer, wenn eine Reiserichtlinie des Arbeitgebers vorsieht, dass Fahrtkosten nur bis zu einer bestimmten Höchst-Kilometerzahl erstattet werden?

Anspruch auf mehr als 30 Cent pro Kilometer

Einige öffentliche Arbeitgeber gewähren Mitarbeitern für die dienstliche Nutzung des privaten Pkw mit 35 Cent pro gefahrenem Kilometer eine um fünf Cent höhere – steuerfreie – Pauschale.

Wichtig: Das heißt nicht, dass auch Arbeitnehmer aus der freien Wirtschaft das Recht haben, den 35-Cent-Betrag bei ihren Geschäftsreisen anzusetzen. Sie können nicht zusätzlich zur steuerfreien Erstattung (durch den Arbeitgeber) in Höhe von 30 Cent je gefahrenem Kilometer noch fünf Cent als Werbungskosten geltend machen. Das hat das Finanzgericht (FG) Baden-Württemberg entschieden (Urteil vom 22.10.2010, Az: [10 K 1768/10](#)).

Unser Tipp: Als Arbeitnehmer haben Sie zwei Möglichkeiten, in diesem Punkt Ihre Rechte zu wahren:

- Sie setzen die zusätzlichen fünf Cent wie oben angeführt in der Steuererklärung an und legen gegen den ablehnenden Steuerbescheid Einspruch ein. Verweisen Sie dabei auf das beim Bundesfinanzhof (BFH) anhängige Verfahren mit dem Aktenzeichen VI B 2145/10. Der vor dem FG unterlegene Steuerzahler will nämlich mit einer Nichtzulassungsbeschwerde erreichen, dass der BFH die Sache endgültig entscheidet.
- Sie machen sich die Mühe und ermitteln ein Jahr lang Ihre tatsächlichen Kfz-Kosten. Gehen Sie dabei wie folgt vor:
 - Ermitteln Sie die Jahresfahrleistung durch Gegenüberstellung von Jahresanfangs- und -endkilometerstand.
 - Ermitteln Sie die Gesamtkosten des Pkw (durch Belege sammeln über Benzinkosten, Wartungs- und Reparaturkosten, Kfz-Steuer und -Versicherung, Abschreibung für Abnutzung).
 - Errechnen Sie daraus den Betrag, den Sie ein Fahrtkilometer kostet.

Stellt sich dabei heraus, dass Sie der gefahrene Kilometer mehr als 30 Cent kostet, können Sie die – über die steuerfreie Arbeitgeberleistung von 30 Cent hinausgehenden – Kosten für jeden in dem Jahr zurückgelegten „Geschäftsreisekilometer“ als Werbungskosten absetzen.

News und Trends

Der Mobile Travel Assistant soll auch zur Sicherheit von Geschäftsreisenden beitragen, da er spezifische Warnmeldungen und weltweite Risikoinformationen an betroffene Reisende versendet.

In Notfällen oder Krisensituationen ermöglicht er Unternehmen, über eine grafische Nutzeroberfläche schnell und einfach mit ihren Reisenden in Verbindung zu treten. Die Ortung der Reisenden kann anhand des Reiseplans oder über Geo-Lokalisierung vorgenommen werden.

Gleichzeitig ermöglicht die Lösung Kosteneinsparungen, da sie eine verbesserte Einhaltung der Reiserichtlinien sicherstellt.

Integrierte Mobilitätslösung im Rhein-Main-Gebiet

Die eTicket-Systeme der Deutschen Bahn (DB) und des Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV) werden miteinander verbunden. Ab Herbst können Kunden über das RMV-HandyTicket und über Touch&Travel der Bahn Fahrkarten für den Nah- und Fernverkehr kaufen und nutzen. Dazu soll es gemeinsame An- und Abmeldepunkte geben – ähnlich den bereits heute vorhandenen ConTags des RMV und Touchpoints der DB.

Die Frankfurter Haltestellen und die Schienenhalte im RMV werden in den nächsten Monaten mit diesen An- und Abmeldepunkten ausgestattet. In den nächsten beiden Jahren wird das System auf ganz Hessen ausgeweitet.

Europaweiter Notruf 112 noch wenig bekannt

Unter der gebührenfreien 112 sind Polizei, Feuerwehr und Notarzt in jedem EU-Land von allen Festnetz- und Mobiltelefonen erreichbar.

Drei von vier EU-Bürgern kennen die EU-weite Notrufnummer noch nicht, stellte die EU-Kommission in einer Umfrage jetzt fest.

Deckelung der Kostenerstattung durch Reiserichtlinie

Jedes Unternehmen möchte Kosten sparen, auch bei den Reisekosten. Viele Unternehmen haben daher in der Reiserichtlinie geregelt, welche Kosten der Arbeitgeber erstattet. Viele Reiserichtlinien sehen eine „Erstattungsdeckelung“ für Geschäftsreisen mit dem eigenen Pkw vor. Erstattet werden die Fahrtkosten dann nur bis zu einer bestimmten Höchstkilometer-Grenze. Geht die Geschäftsreise weiter, ist das „fahrkostenerstattungstechnisch“ das Privatvergnügen des Mitarbeiters.

Beispiel

Die Reiserichtlinie von Unternehmen A sieht vor, dass Mitarbeiter, die ihren privaten Pkw für Geschäftsreisen einsetzen, nur maximal 150 Kilometer einfache Wegstrecke abrechnen können. Mitarbeiter A muss von Würzburg nach Ulm (200 km). Er fährt mit seinem privaten Pkw, weil Ulm mit der Bahn schlecht zu erreichen ist. Auch die Alternative Mietwagen scheidet für ihn aus, weil er erst am Wochenende zurückkehrt und der Zeitverlust durch die Rück- bzw. Übergabe des Fahrzeugs zu hoch wären.

- Ohne Reiserichtlinie hätte er Anspruch auf folgende – steuerfreie – Fahrtkostenerstattung: 200 km x 2 x 0,30 Euro = 120 Euro
- Tatsächlich sieht seine Kostenerstattung durch den Arbeitgeber so aus: 150 km x 2 x 0,30 Euro = 90 Euro

Unser Tipp: Die Differenz von 30 Euro (50 km x 2 x 0,30 Euro) kann A in seiner Steuererklärung als Werbungskosten geltend machen. A könnte auch in diesem Fall versuchen, mehr als die 30 Cent pro gefahrenem Kilometer abzusetzen. Dazu müsste er wie oben beschrieben vorgehen.

Unser Tipp: Vermeiden Sie zeitraubende Rückfragen des Finanzamts. Legen Sie Ihrer Steuererklärung folgende Unterlagen bei:

- Den Wortlaut der entsprechenden Passage aus der Reiserichtlinie Ihres Unternehmens in Kopie.
- Eine Kopie der Reisekostenabrechnungen des Arbeitgebers, bei denen die Kostendeckelung laut Reiserichtlinie gegriffen hat. ◆

Geschäftsreise / Privatfahrzeug

Unfallschaden am Privatfahrzeug auf Geschäftsreise

Der Arbeitgeber muss seinem Arbeitnehmer einen Unfallschaden an dessen Privatfahrzeug ersetzen, wenn der Arbeitnehmer das Fahrzeug mit Billigung des Arbeitgebers in dessen Betätigungsbereich eingesetzt hat. Das ist der Fall, wenn der Arbeitgeber ohne den Einsatz des Arbeitnehmerfahrzeugs ein eigenes Fahrzeug hätte einsetzen und damit dessen Unfallgefahr hätte tragen müssen, entschied das Bundearbeitsgericht. Denn nach § 670 Bürgerliches Gesetzbuch kann der Arbeitnehmer als Beauftragter vom Auftraggeber Ersatz von Aufwendungen verlangen, die er zum Zwecke der Ausführung des Auftrages gemacht hat und die er den Umständen nach für erforderlich halten durfte. Das schließt den Ersatz von Schäden ein, die ihm bei Erbringung der Arbeitsleistung ohne Verschulden des Arbeitgebers entstehen (Urteil vom 28.10.2010, Az: [8 AZR 647/09](#)). Nicht immer haftet der Arbeitgeber voll:

- Das gilt uneingeschränkt nur, wenn der Arbeitnehmer wie im Urteilsfall leicht fahrlässig gehandelt hat: Der war unterwegs, um Kleinteile für seinen Betrieb abzuholen. Dabei war er auf ein vor ihm fahrendes Auto

Geschäftsreise-Links

Nachfolgend finden Sie eine Auswahl nützlicher Links für die Planung, Buchung, Abwicklung und Abrechnung Ihrer Geschäftsreisen:

- **Auto fahren**
 - [Benzinpreise in Deutschland](#)
 - [Staumelder für Autobahnen](#)
 - [Verkehrsregeln im Ausland](#)
- **Auslandsentsendung**
 - [Serviceleistungen](#)
- **Bahnreisen**
 - [DB Sparpreisfinder](#)
 - [Zugverspätungs-Abfrage für Computer](#)
- **Flugreisen**
 - [Gepäckbestimmungen der Airlines](#)
 - [Flugportale mit günstigen Angeboten \(Billigflieger\)](#)
 - [Die besten Sitzplätze](#)
- **Geschäftsreise-Lexikon**
 - [e-travel-pedia](#)
- **Hotellerie**
 - [Buchungsportale für Firmenkunden](#)
 - [Hotelsuche über Meta-Suchmaschinen](#)
 - [Tageszimmer buchen](#)
- **Klimabewusstes Reisen**
 - [Atmosfair](#)
 - [myclimate](#)
- **Mietwagen**
 - [Preisvergleich und Buchung](#)
- **Parken am Flughafen**
 - [parkenflughafen24.de](#)
- **Reisewetter**
 - [wetter.de](#)
- **Sicherheit auf Reisen**
 - [Result Group](#)
 - [LITEHOUSE-Consulting](#)
 - [MentalLeis Dienstleistungen](#)
- **Visa-Beschaffung**
 - [CIBT Visum Centrale](#)
 - [VisumCompany](#)
 - [Visumpoint](#)

Unser Tipp: Eine umfangreiche Liste mit Links zu vielen weiteren Unternehmen, die Leistungen rund um die Geschäftsreise anbieten, finden Sie auf unserer Homepage: www.geschäftsreise-effektiv.de

Impressum

„Geschäftsreise effektiv“
(ISSN 1868-2901)

Herausgeber:
Gerd Otto-Rieke

Chefredakteur:
Rechtsanwalt Norbert Rettner

Verlag:
IWW Institut für Wirtschaftspublizistik
Verlag Steuern - Recht - Wirtschaft
GmbH & Co. KG
Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg

Telefon: 0931/418-3070

Fax: 0931/418-3080

Internet: www.iww.de

E-Mail: ge@iww.de

Registergericht Würzburg, HRA
5026, Umsatzsteueridentifi-
kationsnummer: DE 813198802

Komplementär GmbH: IWW Institut
für Wirtschaftspublizistik Verlag
Steuern - Recht - Wirtschaft
Verwaltungs GmbH,
Registergericht Würzburg HRB 3964

Geschäftsführer: Dr. Jürgen Böhm
ein Unternehmen der Vogel Busi-
ness Media GmbH & Co. KG (www.vogel.de)

Bezugsbedingungen:
„Geschäftsreise effektiv“ erscheint
monatlich und ist ein kostenloser
Service des IWW-Instituts.

Hinweise:
Der Newsletter ist urheberrechtlich
geschützt. Alle Rechte am Inhalt
liegen beim Verlag. Ein Nachdruck
oder eine fotomechanische, elek-
tronische oder sonstige Vervielfäl-
tigung, Bearbeitung, Übersetzung,
Mikroverfilmung und Einspeiche-
rung, öffentliche Zugänglichma-
chung, Verarbeitung bzw. Wieder-
gabe in Datenbanken oder anderen
elektronischen Medien und Systeme-
n ist – auch auszugsweise – nur
nach schriftlicher Zustimmung des
Verlags erlaubt.

Der Inhalt des Newsletters ist nach
bestem Wissen und Kenntnisstand
erstellt worden. Haftung und Ge-
währ für die Korrektheit, Aktualität,
Vollständigkeit und Qualität der
Inhalte sind ausgeschlossen.

aufgefahren, das stark bremste, weil vor ihm ein weiteres Fahrzeug plötz-
lich gebremst hatte, um noch abbiegen zu können. Außerdem bestand
in diesem Fall keine Vollkaskoversicherung, die den Schaden – abzüglich
einer Selbstbeteiligung – ersetzt hätte. Auch erhielt der Arbeitnehmer
keine besondere Vergütung für diese Tätigkeit, was den Ersatzanspruch
ebenfalls ausgeschlossen hätte.

- Bei mittlerer Fahrlässigkeit muss der Arbeitnehmer einen Teil des Scha-
dens selbst tragen.
- Bei grober Fahrlässigkeit ist der Arbeitnehmer alleine für den Schaden
verantwortlich. ◆

Firmenwagen / Lohnbuchhaltung

Verzicht auf Arbeitsentgelt zugunsten eines Firmenwagens

Verzichten Arbeitnehmer auf einen Teil ihres Entgelts zugunsten eines Firmen-
wagens (Entgeltumwandlung), den sie auch privat nutzen dürfen, kommt es
nicht darauf an, dass der Verzicht schriftlich vereinbart ist. Auch mündliche
Absprachen genügen, so die Spitzenverbände der Sozialversicherung (Bespre-
chungsergebnis vom [2./3.11.2010](#)). Sie folgen damit dem Bundessozialgericht
(Urteil vom 2.3.2010, Az: [B 12 R 5/09 R](#); sehen Sie dazu auch „Geschäftsreise
effektiv“, [Ausgabe 6/2010, Seite 6](#)).

Unser Tipp: Seit 1. Januar 2011 ist die Entgeltumwandlung allein danach zu
beurteilen, ob sie

- auf künftig fällig werdende Arbeitsentgeltbestandteile gerichtet und
- arbeitsrechtlich zulässig ist.

Das sozialversicherungspflichtige Arbeitsentgelt wird unter Berücksichtigung
der Entgeltumwandlung analog dem Steuerrecht ermittelt. Maßgeblich für
die Berechnung ist also der um die Entgeltumwandlung reduzierte Barlohn
zuzüglich des Werts, der auf den geldwerten Vorteil für die Privatnutzung
des Firmenwagens entfällt. Das gilt selbst dann, wenn die Summe aus re-
duziertem Barlohn und geldwertem Vorteil geringer ist als der ungeminderte
Barlohn ohne Entgeltumwandlung. ◆

Firmenwagen / Fuhrpark Management / Lohnbuchhaltung

Kein Entzug des Firmenwagens sofort nach Kündigung

Eine Vertragsklausel ist unwirksam, die den sofortigen entschädigungslosen
Entzug der Privatnutzung des Firmenwagens vorsieht, wenn das Arbeitsver-
hältnis gekündigt und der Arbeitnehmer von der Arbeitsleistung freigestellt
worden ist. Das Landesarbeitsgericht (LAG) Niedersachsen verlangt in diesem
Fall, dass eine solche Klausel eine „Ankündigungsfrist“ von mindestens vier
Wochen enthält (Urteil vom 14.9.2010, Az: [13 Sa 462/10](#)).

Unser Tipp: Sicherer erscheint uns eine „Ankündigungsfrist von einem Mo-
nat zum Monatsende. Das sieht auch das LAG Niedersachsen so, denn es
erwähnt diese Frist als Alternative zur Vier-Wochen-Frist. Dafür gibt es auch
einen plausiblen Grund: die Privatnutzung wird pauschal mit ein Prozent des
Listenpreises auf monatlicher Basis besteuert. Muss der Arbeitnehmer das
Fahrzeug irgendwann im Laufe des Monats abgeben, muss er gleichwohl den
geldwerten Vorteil für den gesamten Monat versteuern. Im Extremfall kann
es passieren, dass ein Arbeitnehmer den Wagen am ersten Tag eines Monats
zurückgeben muss, das Fahrzeug also den ganzen Monat nicht mehr privat
nutzen kann, aber gleichwohl den geldwerten Vorteil versteuern muss. ◆