



Billigflieger-Drehscheibe Köln/Bonn  
Sportlicher Ehrgeiz

GESCHÄFTSREISEN

## Nadelstreifen in der Holzklasse

Konzerne und Kanzleien buchen immer öfter Billig-Airlines für ihre Mitarbeiter. Das spart Millionen – und sorgt für Ärger und Frust in den Belegschaften.

Das Scharmützel der beiden Manager hatte seinen Ursprung im vergangenen Sommer. Am Rande eines Kongresses stellte der Deutschland-Chef des Unternehmensberaters Boston Consulting Group (BCG), Dieter Heuskel, den Lufthansa-Vorstand Ralf Teckentrup zur Rede.

Die Lieferbeziehungen zwischen den beiden Firmen, beklagte sich Heuskel, seien nicht ausgeglichen. Die Lufthansa habe bei den jüngsten Einkaufsverhandlungen von BCG einen 30-prozentigen Abschlag gegenüber dem Vorjahr verlangt. Selbst sei sie aber höchstens bereit, der Consultingfirma 3 Prozent Mengenrabatt auf Flugtickets zu gewähren, obwohl BCG im Jahr nahezu 40.000 Flüge bei der Lufthansa ordere, 98 Prozent davon in der für die Lufthansa am besten profitablen Business-Kategorie.

Teckentrup reagierte auf den Anwurf gelassen. Die BCG-Experten könnten ja versuchen, künftig mit anderen Fluggesellschaften billiger zu fliegen – es werde den Unternehmensberatern nicht gelingen.

Diese Entgegnung weckte in Heuskel sportlichen Ehrgeiz. Er beauftragte seine Logistikspezialisten, schnellstmöglich ein Konzept zu entwickeln, wie die über 500 deutschen BCG-Berater künftig billiger als zu Lufthansa-Business-Konditionen zu ihren Kunden kommen können. Das Projekt „Air-Geiz“ war geboren.

### Steigflug

Anteil der Geschäftsreisenden am Passagieraufkommen in Prozent



Quelle: Prof. H. Meffert, Forschungsstelle Bahnmarketing, Uni Münster

OLIVER BERG / DPA

DER SPIEGEL

Bei allein rund sieben Millionen Euro innereuropäischem Umsatz mit der Lufthansa machten die BCGler ein Sparpotenzial von rund 1,5 Millionen Euro aus. Seit ein paar Wochen nun müssen die Boston-Consultants auf Lufthansa-Flügen innerhalb Europas hinter dem Business-Vorhang Platz nehmen – in der Holzklasse. Oder gleich auf Low-Cost-Airlines wie Air Berlin oder Germanwings umsteigen.

Geiz ist geil – das gilt längst nicht mehr nur für Konsumenten, die mit Aldi-Champagner auf ihren neuen Porsche anstoßen. Immer mehr Consultants, Konzerne und Kanzleien steigen auf die Billigflieger um – und sparen so Millionen. Schon heute nutzt jede dritte Firma die etwas anderen Airlines für Geschäftsreisen. Tendenz steigend. Verlierer der neuen Billigmeierei sind nicht nur die Lufthansa, sondern auch die Bahn.

Am besten sind die Sparsaussichten für Firmen aus Berlin, dem Köln-Düsseldorfer Raum und aus Stuttgart. Von den dortigen Flughäfen steuern die fünf deutschen Billigflieger Air Berlin, Germania Express, Germanwings, Deutsche BA und Hapag-Lloyd Express die meisten Ziele an. Auf den Flugplänen stehen die wichtigsten deutschen Ziele sowie gerade für Geschäftsreisende attraktive internationale Verbindungen etwa nach London, Mailand, Wien oder Zürich.

Dank der neuen Anbieter konnte der Leverkusener Chemie-Riese Bayer im laufenden Jahr seine Ausgaben für innereuropäische Flüge im Vergleich zu 2002 um rund 40 Prozent senken. Statt in der Lufthansa-Business-Klasse nehmen die Pharmamanager immer öfter in den Einheitsstühlen von Germanwings Platz, an der die Lufthansa über ihre Tochter Eurowings beteiligt ist. Der Kölner Handelskonzern Rewe verzichtet ebenfalls auf die Annehmlichkeiten der Business-Klasse und Senator-Lounges, wenn sich damit Geld sparen lässt. „Selbst unser Vorstand steigt in die Billigflieger,“ so Firmensprecher Wolfram Schmuck.

Der Unternehmensberatung Kienbaum, deren rund 200 Berater wöchentlich im Schnitt jeweils vier bis fünf Flüge absolvieren, ist es so gelungen, beim Flug-Budget rund 60 Prozent zu sparen. „Unsere Kunden sehen es gern, wenn wir mit dem Billigflieger ankommen“, sagt Kienbaum-Berater Ronald Meka. Zum einen weil Auftraggeber wie SAP ihre Mitarbeiter inzwischen selbst auf die billigen Plätze verbannen. Zum anderen weil Consultants von ihren Kunden oft dafür bezahlt werden, nach Sparpotenzialen zu suchen. Da ist es nur konsequent, bei sich selbst anzusetzen.

Rund 210 Rahmenvereinbarungen hat Germanwings inzwischen mit Unternehmen geschlossen, darunter Konzerne wie Bayer, die Post, Henkel, Rewe oder RTL. Zwar können selbst die wichtigen Kunden die Preise kaum weiter drücken, dafür dürfen sie, im Gegensatz zu Otto-Normal-Flieger, die Tickets kostenlos umbuchen.

Auf den Strecken nach Zürich und Wien sitzt mittlerweile auf jedem zweiten Germanwings-Platz ein Business-Flieger. Beim neuen Konkurrenten Germania Express sind schon 60 Prozent aller Flugreisenden Geschäftsleute. Bei Air Berlin ist fast jeder Dritte beruflich unterwegs, doch der Anteil der Anzugträger steigt auch hier.

Während Finanzchefs und Controller sich über die Billigmeierei freuen, steigen unter den in die Holzklasse abgeschobenen Nadelstreifenträgern der Frust. Sie sind der Meinung, dass harte Arbeit auch mit einem Lufthansa-Brötchen und einem Glas Champus belohnt werden soll.

In Wahrheit fürchten gerade viele der imagebewussten Berater wohl eher den Verlust ihrer prestigeträchtigen Lufthansa-Senatorkarte. „Noch vor drei Jahren haben wir uns die Karte schon im ersten Quartal eines Jahres erfliegen. Heute schaffen viele nicht einmal die notwendige Meilenzahl binnen eines Jahres“, klagt ein Mitarbeiter der Unternehmensberatung Bearing Point.

Bei BCG drohen manche Consultants sogar schon mit Arbeitsverweigerung. Ein Berater: „Wer nur Economy fliegt, wird auch nur Economy arbeiten.“

CLEMENS BOMSDORF, JÖRG SCHMITT