

connect

Das Geschäftsreisemagazin von CWT | Deutschland/Österreich | Winter 2019

Global Travel Forecast 2020

So managen Sie Reisen
in unsicheren Zeiten

KI kommt!

Künstliche Intelligenz verändert
die Reisebranche

Eine Frage der Zeit

Diese Apps unterstützen bei der
Organisation unterwegs

BIG APPLE FÜR KLEINES BUDGET

**Tipps und Tricks, wie die teuerste Business-
metropole der Welt bezahlbar bleibt**

CWT

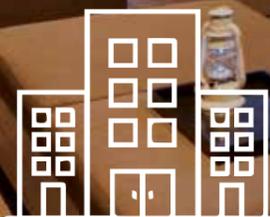
Marriott
INTERNATIONAL



30
Marken



130
Länder



Mehr als
7,000
Hotels



Mehr als
130
Millionen Bonvoy
Mitglieder

Marriott International, Inc. (NASDAQ: MAR) mit Sitz in Bethesda, Maryland, USA, umfasst ein Portfolio von 30 führenden Hotelmarken mit über 7.000 Hotels in 130 Ländern und Territorien. Marriott betreibt Hotels direkt oder über Franchiseverträge und lizenziert Urlaubsresorts auf der ganzen Welt. Das Unternehmen bietet jetzt das unternehmensweite Kundenbonusprogramm **Marriott Bonvoy™** an, das Marriott Rewards®, The Ritz-Carlton Rewards® und Starwood Preferred Guest® (SPG) ersetzt.

Weitere Informationen erhalten Sie von Ihrem CWT-Ansprechpartner.

MARRIOTT BONVOY™

LUXURY	EDITION	THE RITZ-CARLTON	THE LUXURY COLLECTION	ST REGIS	W HOTELS	JW MARRIOTT					
PREMIUM	MARRIOTT	Sheraton	MARRIOTT VACATION CLUB	DELTA HOTELS	WESTIN	MERIDIEN	RENAISSANCE HOTELS	AUTOGRAPH COLLECTION HOTELS	TRIBUTE PORTFOLIO	DESIGN HOTELS	GAYLORD HOTELS
SELECT	COURTYARD	FOUR POINTS	SPRINGHILL SUITES	Fairfield	PROTEA HOTELS	AC HOTELS	aloft	moxy			
LONGER STAYS	Residence IN	TOWNEPLACE SUITES	MARRIOTT EXECUTIVE APARTMENTS	element							

Ein spannendes Jahr 2020 erwartet uns!

Während wir unsere Aufmerksamkeit auf das richten, was 2020 vor uns liegt, scheint eines sicher: Es werden spannende 12 Monate. Dies spiegelt sich auch in unserem Beitrag zum Global Travel Forecast 2020 wider, unserem jährlichen Ausblick auf das kommende Jahr.

Die Prognose beschäftigt sich auch mit der Frage, wie die Reisebranche mit Unsicherheiten umgehen kann, die durch wirtschaftspolitische Faktoren entstehen. Da sind zum einen die Klimaveränderungen und ihre Folgen oder die Handelskonflikte zwischen den USA und China und zum anderen die anhaltende Unsicherheit über die zukünftigen Beziehungen Großbritanniens zur EU. Das alles zusammen macht die Planung für Travel Manager nicht einfacher.

Außerdem werfen wir in dieser Ausgabe einen Blick auf manchmal eher fragwürdige Hotelbewertungen im Internet und haben ein paar nützliche Tipps für Sie: Wie bleibt man auf Konferenzen hellwach und welche Apps sparen (nicht nur unterwegs) kostbare Zeit?

Und falls Sie der teuersten Stadt der Welt wieder einmal einen geschäftlichen Besuch abstatten müssen, lassen Sie sich unsere Tipps nicht entgehen und lernen Sie die preiswertere Seite New Yorks kennen.

Schließlich beenden wir diese Ausgabe mit der Vorstellung von Weihnachtsmärkten, deren Besuch sich lohnt.

Lassen Sie das Jahr 2019 erfolgreich ausklingen und alles Gute für 2020.

Philip Wooster
Vice President
Western Europe Sales



“ Unser Global Travel Forecast 2020 ist ein wichtiges Instrument, das Ihr Travel Management erleichtern wird.”

Impressum

Herausgeber: CWT,
Ludwig-Erhard-Straße 14, 65760 Eschborn,
Tel.: +49 (0) 69 153211078,
E-Mail: connectmagazine@mycwt.com
Verantwortlich: Martina Schneider, CWT, Eschborn

Verlag: Journal International The Home of Content
GmbH, Hanns-Seidel-Platz 5,
81737 München, www.the-home-of-content.de

Verlagsleitung: Stefan Endrös
Redaktionsleitung: Jutta Kautny, Jens Leichsenring
Redaktion: Eva-Maria Dusik
Schlusskorrektur: Norbert Misch-Kunert,
Maike Zürcher
Grafik: Bernhard Biehler

Bildredaktion: Jürgen Stoll
Produktion: Birgit Scholz
Druck: Mayr Miesbach GmbH, Am Windfeld 15,
83714 Miesbach
Erscheinungsweise: CWT Connect erscheint
dreimal jährlich und wird kostenlos an Kunden
von CWT verteilt.

Die Verwertung von Texten und Bildern, auch auszugsweise,
ist ohne Zustimmung des Herausgebers urheberrechts-
widrig und strafbar. Dies gilt auch für Vervielfältigung, Über-
setzung und die Aufnahme in elektronische Systeme.



CWT Beheermaatschappij B.V. Deutschland
Deutsche Zweigniederlassung der CWT Beheer-
maatschappij B.V. – Sitz der Gesellschaft: Wisselwer-
king 58, Geb. Apollo, 1112XS Diemen, Niederlande –
eingetragen beim Handelsregister der Industrie-
u. Handelskammer für Amsterdam (Registration
Number): Nummer 33286290 – Geschäftsführer
(Managing Director): Marinus Adriaan Karelse, Eric
Michiel van Kuik, Lauren Jennifer Aste, Kelly Kuhn
Sitz der Zweigniederlassung: Ludwig-Erhard-Straße 14,
65760 Eschborn, Deutschland – eingetragen im
Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main,
HRB 44172
Ständige Vertreter für Deutschland:
Christopher Bowen, Patrick Emil Sedelmeier
Carlson Wagonlit Deutschland GmbH
Geschäftsführer: Patrick Emil Sedelmeier
Sitz Eschborn / Amtsgericht Frankfurt a. Main /
HRB 46398

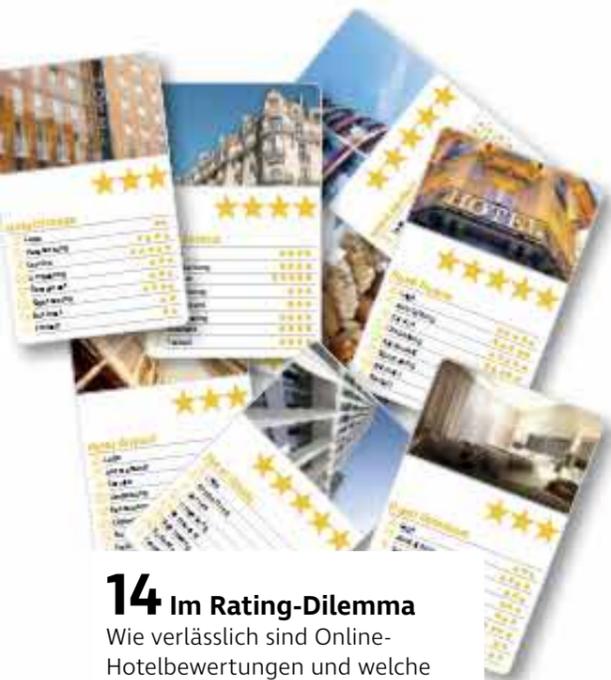
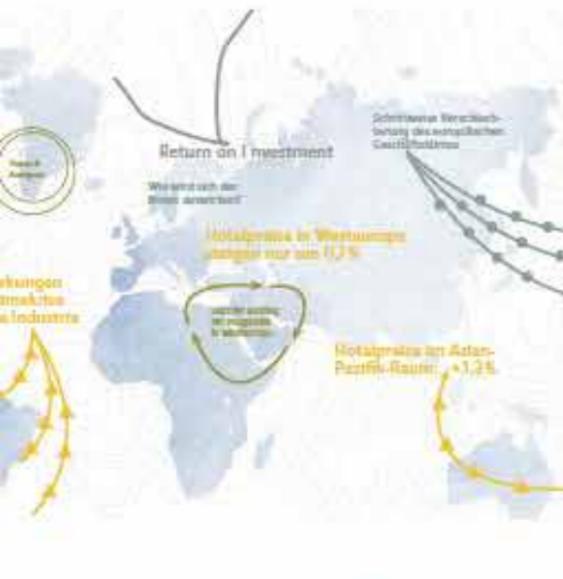
Inhalt

06 News

Zufriedene Geschäftsreisende, der „Drohnenzug“ von Paris, das Flying V und vieles mehr.

08 Global Travel Forecast 2020

Der sechste jährliche Travel Forecast von CWT untersucht die aktuellen Unsicherheiten auf dem Reisemarkt und zeigt auf, wie Travel Manager darauf reagieren sollten.



14 Im Rating-Dilemma

Wie verlässlich sind Online-Hotelbewertungen und welche Alternativen gibt es?



16 New York (un-)bezahlbar?

Recherchen zeigen: New York ist die teuerste Geschäftsreisestadt der Welt. Doch wer clever plant, kann viel Geld sparen.



20 Eine Frage der Zeit

Smartphone-Apps, die Geschäftsreisenden helfen, sich besser zu organisieren und Zeit zu sparen.



24 KI kommt!

Künstliche Intelligenz verändert die Reisebranche und eröffnet neue Möglichkeiten.

28 o du fröhliche!

Fünf Weihnachtsmärkte von Birmingham bis Straßburg.



30 Quality Time auf Konferenzen

Sieben Tipps, um bei Meetings konzentriert, fokussiert und aufnahmefähig zu bleiben.

AVIS

HEUTE MAL GOLF? ODER LEON? ODER A-KLASSE?*

Mit der neuen Avis App müssen Sie nie wieder raten, welchen Mietwagen Sie bekommen. Sie wissen es.

Buchen Sie in Ihrem CWT Reisebüro, laden Sie die Avis App herunter und optimieren Sie die Fahrzeugabholung nach Ihren Wünschen.

WE TRY HARDER



*Nur für Avis Preferred Mitglieder und nur an teilnehmenden Stationen.

News



86% der Reisenden weltweit sind zufrieden mit ihrer gesamten Geschäftsreise.

Zufriedene Geschäftsreisende

Mehr als jeder zweite Geschäftsreisende (54%) hatte 2018 unterwegs Pech: 52% hoben verspätet ab, bei 40% der Reisenden wurde sogar ein Flug annulliert. Trotz dieser Unannehmlichkeiten waren 86% der Reisenden weltweit zufrieden mit ihrer gesamten Geschäftsreise. Das ermittelte der neue GBTA Business Traveler Sentiment Index, der in Zusammenarbeit mit RoomIt by CWT entstand. Günstig gelegene Hotels und der Zugang zu lückenlosem WLAN waren dabei die wichtigsten Kriterien für Geschäftsreisende. Stress löste hingegen eher ein vergessenes Smartphone- oder Laptop-Ladegerät aus.

Fliegendes V spart Kraftstoff

Das revolutionäre Flugzeug Flying V, an dessen Entwicklung die Fluggesellschaft KLM finanziell beteiligt ist, sollte im Herbst 2019 seine ersten Testflüge absolvieren (ob das geklappt hat, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest). Die Ingenieure rechnen damit, dass das Flugzeug mit Platz für bis zu 314 Passagiere rund 20% weniger Kerosin verbrauchen wird als der neueste Airbus A350. Das Flying V vereint Passagierkabinen, Laderäume und Treibstofftanks unter den Tragflächen, wodurch die markante V-Form des Flugzeugs entsteht.



Start in eine grüne Zukunft

Mit dem Ziel, die CO₂-Emissionen seines Terminal 2 um jährlich 3.243 Tonnen zu reduzieren, hat der Dubai International Airport 15.000 Solarmodule installiert. Die Menge des so eingesparten CO₂ entspricht dem jährlichen Ausstoß von 688 Pkw. Zur Kompensation dieser Menge müssten über zehn Jahre 53.000 Baumsetzlinge gepflanzt werden. Das Projekt ist das größte seiner Art im Nahen Osten. Auch an anderer Stelle ist der Airport ökologisch aktiv, so zum Beispiel beim Einsatz stromsparender Geräte, bei der Optimierung der Kühlsysteme und der Verwendung energieeffizienter LED-Lampen.

Fotos: iStock (3), KLM

Smartphone-Buchungen im Trend

Geschäftsreisende mit mehr als fünf Reisen pro Jahr buchen ihre Flüge laut einer Umfrage von CWT 13% häufiger per Smartphone als andere. Auch bei der Buchung von Premium-Economy-, Business- und First-Class-Sitzen greifen Businessreisende häufiger zu ihren mobilen Geräten als bei Economy-Class-Tickets.

Der Trend zum Smartphone ist auch bei Spätentschlossenen zu sehen: 62% der mobilen Buchungen werden sieben bis einen Tag vor dem Flug getätigt. Trotzdem werden fast drei von vier Reisen (73,5%) weiterhin im Büro gebucht – unabhängig davon, ob ein Computer oder ein mobiles Endgerät genutzt wird.



Wer viel auf Geschäftsreise ist, bucht **13%** häufiger per Smartphone als andere.

Ihr weltweiter Premium-Mobilitätspartner



SIXT

Mit SIXT fahren und gefahren werden. SIXT rent und SIXT ride machen's möglich! Verfügbar in Ihrem CWT Reisebüro

Wie managt man Reisen in unsicheren Zeiten?

Sei es durch eskalierende Handelskriege, Spannungen im Nahen Osten, das endlose Brexit-Drama oder die Schwächung der Wirtschaft in einigen großen Handelsnationen – Unsicherheiten bestimmen die Weltlage. Das spiegelt sich auch im Global Travel Forecast 2020 wider.

TEXT: Rob Gill

Bedeutende Branchenentwicklungen wie der Einsatz neuer Technologien, zum Beispiel künstliche Intelligenz (KI), maschinelles Lernen und Blockchain, sowie grundlegende Veränderungen in den Geschäftsmodellen wichtiger Anbieter, darunter Fluggesellschaften, Hotels und sonstige Verkehrsunternehmen, tragen zu weiteren Unsicherheiten bei. Alles zusammen sind das die übergeordneten Themen, die den sechsten alljährlichen **Global Travel Forecast, veröffentlicht von CWT und GBTA** (Global Business Travel Association), prägen. Was also sollten Reiseeinkäufer und Travel Manager unter diesen Umständen tun? Anders gefragt: Ist jetzt die perfekte Gelegenheit, ihre Reiseprogramme und -richtlinien zu überprüfen? Können diese allen Eventualitäten und weiteren Unsicherheiten standhalten?

Mit plötzlichen Änderungen rechnen

„Als Einkäufer kann man wenig gegen geopolitische Ereignisse unternehmen. Man kann lediglich sicherstellen, dass man angemessen reagiert, wenn das Schlimmste passiert und Reisende betroffen sind“, erläutert ein Reiseeinkäufer aus Großbritannien. „Man benötigt Notfallpläne und arbeitet am besten mit anderen Abteilungen zusammen, um einen gemeinsamen Ansatz zu gewährleisten. Man kann nicht einfach sagen, dass man nicht erwartet hat, dass dies

oder das passiert. Das werden weder das Management noch die Reisenden akzeptieren.“ Chris Pouney von Severnside Consulting fügt hinzu: „Volatilität wirkt sich nicht nur auf die Reisetätigkeit aus – es wird andere Bereiche im Unternehmen geben, die sich damit beschäftigen, und es lohnt sich für das Travel Management, mit ihnen zusammenzuarbeiten, um eine entsprechende Reaktion vorzubereiten.“ Dies kann die Zusammenarbeit mit dem Datenschutzteam beim Thema GDPR (General Data Protection Regulation), der Finanzabteilung für die bestmögliche Bewältigung von Währungsschwankungen oder dem Facility/Security-Team für die Bewertung von Risikofaktoren umfassen.

Chancen nutzen

„Die Unsicherheit könnte aber auch viele Möglichkeiten für Einkäufer eröffnen, wenn sie über die entsprechenden Werkzeuge und Kenntnisse verfügen“, sagt Richard Johnson, Senior Director der CWT Solutions Group. Wenn der Brexit zum Beispiel bedeutet, dass es plötzlich weniger Reisen von Finanzinstituten zwischen den großen Finanzzentren gibt, könnte das für Einkäufer eine Möglichkeit sein, daraus Kapital zu schlagen, falls sie über ein umfangreiches Reisevolumen zu diesen Zielen verfügen. „Wenn die Nachfrage auf bestimmten Strecken nachlässt, werden es die Lieferanten als Erste spüren, und das schafft eine Chance für Travel Buyer wie Manager“,

Schrittweise Verschlechterung des europäischen Geschäftsklimas

Return on Investment

Wie wird sich der Brexit auswirken?

Hotelpreise in Westeuropa steigen nur um 0,7%

Leichter Anstieg der Flugpreise in Westeuropa

Hotelpreise im Asien-Pazifik-Raum: +1,3%

Auswirkungen der Klimakrise auf die Industrie

Fallende Hotel- und Flugpreise in Lateinamerika

Daten & Analysen

erläutert Richard Johnson und fügt hinzu, dass der Zustand der globalen Unsicherheit das Potenzial habe, als „Preiskontrolle“ für Flüge, Hotels und Straßenverkehr zu fungieren. Dies zeigt auch der Global Travel Forecast 2020, der einen verlangsamten Anstieg der weltweiten Reisekosten im Vergleich zum Vorjahr prognostiziert. Die Prognose erwartet nur moderate Steigerungen in den wichtigsten Kostenkategorien mit einem Anstieg der Flugpreise um 1,2%, der Hotelpreise um 1,3% und der Mietwagenkosten um 1%. In Europa dürfte es noch geringere Steigerungen geben. Doch wie können Einkäufer diese Trends und mögliche geopolitische Ereignisse, die den Welthandel im Jahr 2020 beeinträchtigen könnten, nutzen? »

Daten sind der Schlüssel

Das Reiseprogramm im Unternehmen genau zu kennen, ist ein Schlüsselfaktor, um auf globale Krisen vorbereitet zu sein. Glücklicherweise ist das heutzutage wesentlich einfacher, da Daten gesammelt und schnell analysiert werden können, um aussagekräftige Erkenntnisse zu liefern. Dies kann den Unternehmen helfen, sowohl die Effizienz ihres Reiseprogramms zu verbessern als auch den Reisenden mehr Service zu bieten, indem sie in der Lage sind, sie im Notfall schnell zu finden und bei Bedarf Hilfe zu leisten.

„Es ist wichtig, dass Einkäufer den Überblick über ihr Reiseprogramm haben“, betont auch Johnson. „Das bedeutet, dass konsolidierte Daten nötig sind, die über die verschiedenen Buchungskanäle erfasst werden. Und es ist absolut notwendig, dies durch eine solide Reiserichtlinie zu untermauern.“ Verfügen Einkäufer über Daten wie Reiseverhalten, Volumen und Ausgaben, können sie auch bessere Verträge mit Lieferanten abschließen, die möglicherweise Nachfragerückgänge bei ihren Flügen oder Hotelzimmern verzeichnen. „Was auch immer passiert, Züge und Flugzeuge werden weiterhin in Betrieb sein, Hotels werden weiterhin geöffnet sein und Menschen werden geschäftlich reisen müssen. Das schafft interessante Möglichkeiten“, ergänzt Johnson.

Return on Investment

Die aktuelle Unsicherheit gibt Einkäufern auch die Möglichkeit, ihren eigenen Wert für das Unternehmen aufzuzeigen, indem sie anhand datengestützter Erkenntnisse veranschaulichen, wie Reisen einen positiven Return on Investment (ROI) für das Unternehmen erzielen können. Und zwar in einer Zeit, in der die Versuchung besteht, Reisebudgets zu kürzen. „Daten sorgen für Sicherheit“, sagt Johnson. „Reisen wird als Kostenstelle gesehen, aber es sollte viel mehr als Umsatzbringer oder Profitcenter betrachtet werden. Obwohl die Branche bisher nicht in der Lage war, überzeugende Aussagen zum ROI zu treffen, können wir dies jetzt mithilfe von Daten tun.“ Das bedeutet, den ROI und die gesamten Kosten einer Reise zu betrachten. Es geht nicht nur um den Preis eines Flugtickets, es geht um die gesamte Reise von Anfang bis Ende und auch um die Auswirkungen auf die Mitarbeiter. Ohne Daten kann man das nicht quantifizieren. Johnson ergänzt: „Es gibt jetzt durchaus mehr Verständnis dafür, wie ein Reiseprogramm den ROI verbessern kann. Dazu sollte man sich überlegen, wie Mitarbeiter auf Geschäftsreisen produktiv arbeiten können.“

Eine großzügigere Reiserichtlinie wird auch zunehmend als Differenzierungsmerkmal für die Rekrutierung und Bindung der besten Mitarbeiter angesehen, insbesondere dann, wenn andere Schlüsselaspekte wie Position und Gehalt ähnlich sind. Wollen

Travel-Management-Tipps für 2020

Komplexe Reisen zu verwalten, ist nie einfach. In schwierigen Zeiten ist es aber besonders wichtig, die richtige Strategie zu finden. Hier einige Tipps:

- Reisende sollten über alle **geopolitischen Ereignisse**, die sich auf ihre Reisepläne auswirken könnten, Bescheid wissen einschließlich praktischer Informationen wie Warnhinweisen oder Einreisebestimmungen.
- Verdeutlichen Sie die Wichtigkeit, über die **Unternehmenskanäle zu buchen** – nur dann können Reisende in einer Krise lokalisiert und unterstützt werden.
- Erfassen Sie die **Gesamtkosten jeder Reise von Anfang bis Ende** und nutzen Sie diese Daten, um Möglichkeiten zur Kompensation von Preiserhöhungen zu finden und für Verhandlungen mit Lieferanten.
- Eine entsprechende **Vorausbuchungsfrist** sollte weiterhin empfohlen werden, um die besten Tarife zu erhalten. Auch Online-Buchungen halten die Kosten niedrig.
- Stellen Sie sicher, dass Sie Ihr Reiseprogramm gut kennen und einen **genauen Überblick haben**, damit Sie schnell auf plötzliche Herausforderungen oder Veränderungen der Marktbedingungen reagieren können.
- Bieten Sie Reisenden **genügend Auswahl an Hotels, Flügen und andere Verkehrsmitteln** inkl. Optionen wie Mitfahrgelegenheiten und alternativer Unterkünfte, damit sie verstärkt Ihre bevorzugten Buchungskanäle nutzen.
- Sorgen Sie dafür, dass Sie **von neuen Lieferantenstrategien profitieren** können einschließlich neuen Vertriebswegen und Hotels, die auf dynamischen Raten steuern.
- Erfassen und kontrollieren Sie die **Mitarbeiterzufriedenheit** für alle Bereiche der Reise, damit Sie eventuelle Serviceprobleme mit Lieferanten erkennen und lösen können.

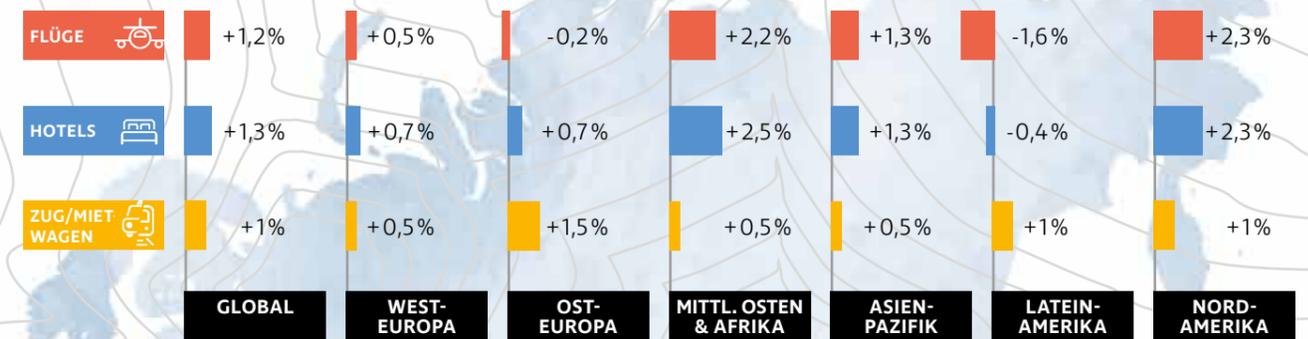
Unternehmen wirklich ihre Richtlinien aufgrund von kurzfristigen Turbulenzen verschärfen und dabei Gefahr laufen, wertvolle Mitarbeiter an Konkurrenten zu verlieren?

Benchmarking lohnt sich!

Der Global Travel Forecast kann den Einkaufsprozess unterstützen, da sich voraussichtliche Preissteigerungen in den jeweils wichtigsten Regionen und Kategorien im Jahr 2020 leichter bewerten lassen. In Westeuropa wird beispielsweise ein Anstieg der Preise bei Flügen, Hotels und anderen Verkehrsmitteln von weniger als 1% erwartet. Darüber hinaus steht der Kontinent mit seiner größten Volkswirtschaft Deutschland vor sinkendem Konjunkturoptimismus – zusätzlich zu den möglichen Folgen von Arbeitskämpfen, Klimaprotesten, Handelskriegen, steigenden Ölpreisen und Terrorismus. „Das Benchmarking mit Mitbewerbern ist auch in diesen schwierigen Zeiten wichtig“, so Chris Pouney von Severnside Consulting. Er rät zum Vergleich mit anderen Einkäufern – insbesondere aus der eigenen Branche. „Branchenverbände bieten hervorragende

Fotos: iStock

Prognose der Reisekosten 2020 (im Vorjahresvergleich):



Möglichkeiten, um mit verschiedenen Einkäufern zusammenzukommen. Normalerweise spricht nichts dagegen, generische Ansätze mit anderen Reiseeinkäufern zu diskutieren.“

Was auch immer passiert, 2020 wird für jeden, der für Reisen verantwortlich ist, interessant – und vielleicht auch ziemlich holprig. Dennoch gibt es Möglichkeiten, sich vorzubereiten, und sogar Chancen, diese ungewissen globalen Aussichten zu nutzen. ■

Anzeige

Flugzeugcharter: 3 Fragen – 3 Antworten

Markus Hilchenbach, Director Regional Business Development bei Air Partner, über die Vorteile des Flugzeugcharters und wann es sich besonders lohnt:

Wann macht das Chartern eines Flugzeugs Sinn?

Flugzeugcharter lohnt sich immer dann, wenn Ihr Kunde eine Fluglösung für eine größere Gruppe benötigt, die Destination nur mit Umsteigen erreichbar ist oder einzelne Mitarbeiter oder Delegationen besonders schnell und effizient reisen müssen.

Was sind die Vorteile des Flugzeugcharters?

Ihr Kunde legt nicht nur den Zeit- und Flugplan selbst fest, der Flug ist außerdem immer direkt und ohne Wartezeiten. Außerdem können kleinere Alternativ-Flughäfen und separate Terminals (GAT) genutzt werden.

Warum sollte man bei Air Partner chartern?

Wir sind langjähriger Kooperationspartner von CWT und verfügen über die notwendige Expertise in der Abwicklung von Charterflügen jeder Größe weltweit. Durch den Zugriff auf eine große Flugzeugdatenbank und die guten Beziehungen zu den Airlines können wir Ihnen immer das beste Flugzeug für die individuellen Anforderungen Ihres Kunden bereitstellen.

Air Partner ist seit über 55 Jahren weltweit einer der größten Anbieter für individuelle Flugzeugcharter-Lösungen. Täglich realisieren die Expertenteams von Air Partner rund um die Uhr Charterflüge für Gruppen, aber auch Fracht- und Rettungstransporte sowie komfortable Privatjets für Privat- und Geschäftsreisende. www.airpartner.com ■



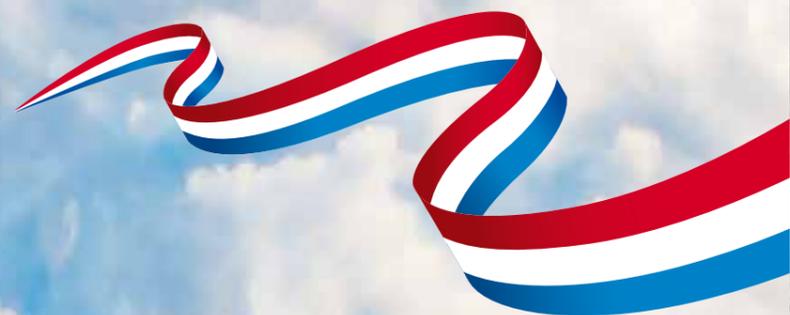
Lesen Sie hier eine Zusammenfassung der wichtigsten Informationen des Global Travel Price Forecasts 2020.



Celebrate the future

Wir feiern unseren 100. Geburtstag und freuen uns auf eine strahlende Zukunft, bereit für die aufregenden Herausforderungen und spannenden Möglichkeiten, die vor uns liegen - feiern Sie mit uns!

Royal Dutch Airlines



Celebrate the future – KLM feiert 100. Geburtstag

Dieses Jahr ist ein ganz besonderes für KLM Royal Dutch Airlines: Die niederländische Airline feiert ihr 100-jähriges Jubiläum und ist somit die älteste noch unter ihrem ursprünglichen Namen operierende Airline.

Fliegen – was heute für die meisten von uns ganz selbstverständlich ist, begann vor 100 Jahren mit dem ersten Flug einer De Havilland DH-16 von London nach Schiphol. An Bord: zwei Journalisten, ein Brief des Bürgermeisters von London an seinen Kollegen in Amsterdam und ein Stapel Zeitungen. Heute, 100 Jahre später, stehen mehr als 150 Ziele auf dem Flugplan von KLM, durchgeführt mit modernsten Maschinen wie dem gerade neu ausgelieferten Dreamliner Boeing 787-10 mit Platz für mehr als 300 Passagiere an Bord.

Doch 100 Jahre Flugerfahrung geben nicht nur Anlass, mit Stolz in die Vergangenheit zu blicken. Sie bedeuten vor allem auch Verantwortung. Verantwortung für die Zukunft. Verantwortung für unseren Planeten. Verantwortung für die kommenden Generationen.

Und deshalb blickt KLM in die Zukunft – in eine nachhaltigere Zukunft.

Gemeinsam mit der Technischen Universität Delft arbeitet KLM an der Entwicklung eines neuen, innovativen und besonders energieeffizienten

Flugzeugtyps für Langstreckenflüge, dem sogenannten Flying-V.

Zusätzlich investiert die niederländische Airline massiv in nachhaltigen Treibstoff und beteiligt sich an der ersten Biokerosin-Fabrik Europas im niederländischen Delfzijl, denn die Steigerung der Produktion und die Nutzung von nachhaltigem Kraftstoff sind die entscheidenden Faktoren für eine nachhaltigere Luftfahrtindustrie.

Auch die Passagiere können einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft leisten, indem sie das zertifizierte CO₂-Ausgleichsprogramm CO2ZERO nutzen. Kunden haben die Möglichkeit, die CO₂-Emissionen ihres Fluges zu kompensieren und den CO₂-Fußabdruck ihrer Flugreise zu neutralisieren. Damit wird eine Wiederaufforstungsinitiative in Panama unterstützt. Das 100-jährige Jubiläum nimmt KLM nun zum Anlass, noch einen Schritt weiterzugehen und die Initiative „Fly Responsibly“ zu starten. Damit lädt sie Fluggesellschaften, Partner, Kunden und Mitarbeiter ein, gemeinsam an einer nachhaltigeren Zukunft für die Branche zu arbeiten. ■





Im Rating-Dilemma

Wer ein geeignetes Hotel für eine Geschäftsreise sucht, blickt gerne auf die Bewertungen diverser Webportale. Dabei ist Vorsicht geboten.

TEXT: Vicki Sussens

Ein Hotelbesuch mit versteckter Kamera, unangekündigt und anonym. Ein TV-Team sieht sich in zwei Hotels um. Eines hat im Internet ein 5-Sterne-Rating erhalten, das andere ist mit nur einem Stern bewertet. Solche Fernsehsendungen garantieren regelmäßig hohe Einschaltquoten, denn die Ergebnisse sind meist verblüffend: Immer wieder kommt es vor, dass sich Hotels Sterne und damit gute Bewertungen kaufen, während schlechte Rezensionen durchaus oft den Punkt treffen. Hinter „extrem sauber“ verstecken sich deshalb manchmal schimmelige Badezimmer und schweißgebadete Kissen. Ein ernüchterndes Ergebnis. Doch falschen Bewertungen auf die Spur zu kommen, ist nicht leicht, denn bezahlte Rezensenten schreiben inzwischen sehr authentisch und sind auf allen namhaften Online-Bewertungsportalen aktiv.

Auf der anderen Seite sind Hotelbewertungen für Geschäftsreisen unerlässlich: 53 Prozent der Reisenden buchen ein Hotel nur, wenn es zuvor bewertet wurde, recherchierte das auf Reisen spezialisierte Institut

Phocuswright. Doch wenn sich Travel Manager oder Geschäftsreisende nicht auf Ratings verlassen können, wie können sie dann das beste Preis-Leistungs-Verhältnis oder – betriebswirtschaftlich gesprochen – den optimalen Return on Investment erzielen? Schließlich kann eine Übernachtung in einem komfortablen, zentral gelegenen und sicheren Hotel wesentlich zum Erfolg einer Geschäftsreise beitragen.

Wie kann man bezahlte Bewertungen erkennen?

Eine Möglichkeit ist es, Hotelbewertungen auf ungewöhnliche Schwankungen zu überprüfen. Wie ist zum Beispiel das Verhältnis der Sterneverteilung von eins bis fünf? Wie detailliert sind die Bewertungen oder listen sie Verallgemeinerungen auf, die darauf hinweisen könnten, dass die Schreiber nie da waren? Vorsicht ist zudem bei Bewertungen mit vielen Superlativen geboten.

Ein weiterer Anhaltspunkt: Bezahlte „Tester“ schreiben nicht nur positive Bewertungen für ihre Auftraggeber, sondern entsprechend auch negative Bewertungen über die Konkurrenzhotels. Skepsis ist auch

gegenüber Bewertungen angebracht, die mit technischen Details gespickt sind oder eher wie PR als wahre Reiseerlebnisse klingen. Auch Wiederholungen identischer Texte auf verschiedenen Portalen können ein Zeichen dafür sein, dass Unternehmen Kunden dazu „angeregt“ haben, positive Eindrücke zu hinterlassen. Das alles zeigt: Bezahlte Bewertungen sind ein Geschäftsmodell geworden und Travel Manager müssen bei der Wahl auf der Hut sein.

Verlassen Sie sich auf Ihre Kollegen

Um seine Kunden bei Hotelbuchungen zu unterstützen, bietet RoomIt by CWT eine eigene, geschützte Website mit Hotelbewertungen an. Diese Website, die nur für CWT-Kunden zugänglich ist, ermöglicht es Geschäftsreisenden, Hotelbewertungen mit Kollegen zu teilen. So wurden hier bereits Millionen von echten Erfahrungen veröffentlicht. CWT-Kunden müssen sich damit keine Sorgen machen, auf bezahlte Bewertungen hereinzufallen oder Ratings von Urlaubern mit ganz anderen Interessen zu lesen.

Der größte Return on Investment ist jedoch, dass RoomIt für Travel Manager relevantes Feedback ihrer Reisenden und zuverlässige Hotelbewertungen an einer Stelle zusammenführt. So hat man das Hotel-Firmenprogramm besser im Blick und damit ein

wertvolles Tool, um mit Lieferanten zu verhandeln. Zudem erhält man direkte Rückmeldungen über die Sicherheit von Hotels des Firmenprogramms und einen Einblick in die tatsächlichen Wünsche und Bedürfnisse der Geschäftsreisenden.



Was man bei der Wahl eines Hotels beachten sollte

- Passt die Lage des Hotels zu den Bedürfnissen der Geschäftsreise?
- Wie sicher ist das Hotel in Bezug auf Brandschutz, Terrorismusgefahren, Kriminalität, Diebstahl und Naturkatastrophen?
- Gibt es Zugang zu öffentlichen Verkehrsmitteln in der Nähe?
- Bietet das Hotel Fitnessräume, -geräte oder andere Sportmöglichkeiten an?
- Gibt es ein 24 Stunden geöffnetes Café oder Lebensmittelgeschäft für Reisende, die spät ankommen oder früh abreisen oder die Kosten für den Zimmerservice nicht bezahlen wollen?
- Verfügt das Hotel über einen speziellen, sicheren Internetzugang?
- Ist das Hotel auf die besonderen Bedürfnisse von Geschäftsreisenden spezialisiert?

Anzeige

British Airways feiert 100-jähriges Jubiläum

Im Rahmen der ganzjährigen Jubiläumsfeierlichkeiten wurde der neue, mit Spannung erwartete Business-Class-Sitz „Club Suite“ vorgestellt, der im Juli mit dem ersten A350-Flugzeug ankommen ist. Die anspruchsvolle „Club Suite“ bietet einen direkten Gangzugang, eine Suitentür für mehr Privatsphäre, luxuriöse Flachbettsitze, 40% mehr Stauraum, 18,5-Zoll-Bildschirme, WIFI, PC- und USB-Stromversorgung und ist bereits auf den Kurzstreckenflügen zwischen London und Madrid zum Einsatz gekommen. Ab Oktober 2019 werden die Langstreckenflüge zwischen London Heathrow – Toronto und Dubai durch das neue Fluggerät ersetzt.

Genießen Sie auch ein verbessertes Flugerlebnis in Premium Economy mit breiteren Sitzen und mehr Beinfreiheit. Zu den Änderungen in der World Traveller Plus-Kabine gehören auch eine neue Ausstattung, gesteigerter Komfort dank neuer Kulturbeutel, Bettdecken und Kopfkissen und ein verfeinertes Speisenangebot. Die köstlichen neuen Menüs bieten eine dritte Hauptmahlzeitoption sowie eine größere zweite heiße Mahlzeit später während des Flugs.

Neu sind auch viele Destinationen, die British Airways anfliegt. Seit April fliegt British Airways von 7 deutschen Flughäfen über London Heathrow in die Stadt der Brücken: Pittsburgh (Foto) oder auch nach Charleston, South Carolina. Weiterhin fliegt Sie British Airways jetzt nach Osaka und Islamabad und ab Dezember 2019 nach Dammam, Saudi-Arabien.





Essen in New York hat viele Gesichter, von modernen, entspannten Restaurants bis hin zum Streetfood.

New York, (un-)bezahlbar?

Kostspielig und überfüllt – so kennen viele New York City. Aber wenn man ein paar Dinge beachtet, muss das nicht so sein.

TEXT: Jonah Haskell

Es ist nicht neu, dass New York City den Ruf hat, teuer zu sein. Kein Wunder also, dass kaum einer überrascht war, als der diesjährige Bericht der ECA International den Big Apple als teuerste Destination der Welt für Geschäftsreisende bezeichnete.

ECA International stellt Daten über Gehälter, Lebenshaltungskosten, Steuern und andere Kriterien für international tätige Personen und Unternehmen zur Verfügung. Laut ihrem Bericht kostet ein Tag in New York einen Geschäftsreisenden im Durchschnitt fast 800 US\$ und schlägt damit die zweitplatzierte Stadt Genf um über 80 US\$ pro Tag. Als globale Drehscheibe für Finanzen, Banken, Bildung, Gesundheitswesen und Kommunikation ist New Yorks Midtown Manhattan der größte zentrale Geschäftsbezirk der Welt und Sitz einiger der bedeutendsten Unternehmen der Welt. Und natürlich ist Lower Manhattan die Heimat der größten Börse weltweit – der Wall Street.

Zu viele Menschen, zu wenige Zimmer

New York City ist eines der meistbesuchten Reiseziele weltweit. Im Jahr 2018 verzeichnete die Stadt die Rekordzahl von 65,2 Millionen Besuchern, darunter 13,6 Millionen internationale Gäste. Und genau da liegt das Problem. NYC & Company, die offizielle Tourismusorganisation der Stadt, gab kürzlich bekannt, dass im Mai 2019 in den fünf New Yorker Bezirken rund 120.000 Hotelzimmer zur Verfügung standen. Es gibt also einfach zu viele Besucher für zu wenige Zimmer. Das Ergebnis: hohe Hotelpreise, das Leid eines jeden Travel Managers.

Bei fast allen Geschäftsreisedestinationen sind die Übernachtungen der größte Kostenfaktor. Im ohnehin schon teuren New York kann das über 60 % der Gesamtkosten ausmachen. Laut ECA International liegt der Durchschnittspreis für ein Vier-Sterne-Hotelzimmer in der Stadt bei satten 512 US\$ pro Nacht. Zum Vergleich: Für ein ähnliches Hotel in Hongkong zahlt man durchschnittlich etwa 280 US\$, im Zentrum Londons 326 US\$, in Genf 373 US\$ und in Berlin 189 US\$.

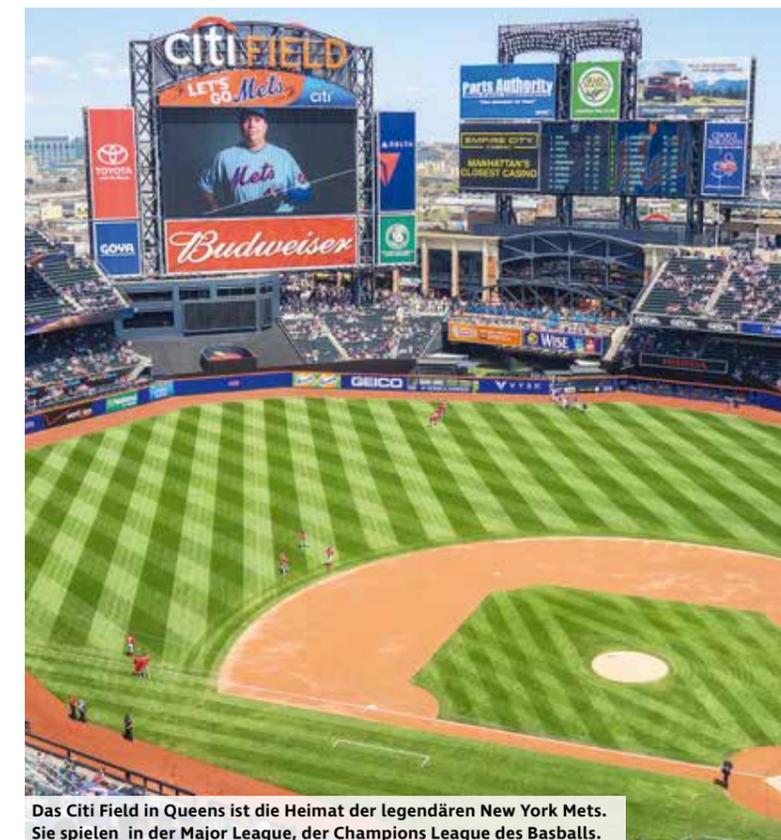
Daher stellt sich für viele Geschäftsreisende die Frage: Muss eine Reise in diese US-Metropole wirklich so teuer sein? Oder gibt es Alternativen, sie angenehm und rentabel zu gestalten und sich dabei nicht zu fühlen, als würde man das Budget sprengen?

Zu viele Menschen + zu wenige Hotelzimmer = zu hohe Preise – der Teufelskreis jedes Travel Managers.

Aufbruch in die Außenbezirke

Ja, diese Alternativen gibt es: Hotels außerhalb Manhattans, wo Geschäftsreisende üblicherweise übernachten, sind eine gute Möglichkeit, teure Unterkünfte zu vermeiden. Wer sich nicht von der Insel wagen will, sollte die Lower East Side in Betracht ziehen, ein lebendiges Viertel mit vielen Hotels, die sich für Geschäftsreisende eignen. Dieses Gebiet ist auch gut gelegen, entlang des East River und zwischen dem Financial District und Midtown.

Brooklyn, das seit der Finanzkrise ab etwa 2009 massiv als Business und Tech Hub gewachsen ist, ist ebenfalls eine gute Adresse. Ein Bericht des Office of the New York State Comptroller vom Juni 2018 ergab, dass die Zahl der Unternehmen in Brooklyn seitdem um 32 % gestiegen ist, „schneller als in den vier anderen Bezirken“, einschließlich Manhattan. Das ist „fast doppelt so viel wie in der ganzen Stadt“. Namhafte Unternehmen wie Vice Media und Etsy haben hier ihren Hauptsitz. »



Das Citi Field in Queens ist die Heimat der legendären New York Mets. Sie spielen in der Major League, der Champions League des Basballs.

Downtown Brooklyn ist der drittgrößte zentrale Geschäftsbezirk und liegt direkt gegenüber dem Financial District am East River. Somit ist er näher an der Wall Street als Midtown. Das Brooklyn Tech Triangle, das sich auf die Innenstadt von Brooklyn, die Brooklyn Navy Yard und das Viertel DUMBO (Down Under the Manhattan Bridge Overpass) konzentriert, beherbergt über 1.300 Technologieunternehmen. Viele Start-ups und etablierte Marken haben den Bezirk zu ihrem Zuhause gemacht, angefangen beim weniger bekannten Podcast-Produzenten Gimlet Media bis hin zu Kickstarter.

Kultur erleben

Die Buchung eines Hotels zum Beispiel in Brooklyn oder Queens bedeutet nicht, dass man auf den Besuch großer Events oder kultureller Ereignisse verzichten muss. Die NBA's Brooklyn Nets und NHL's New York Islanders spielen im Barclays Center in der Innenstadt von Brooklyn. Und das Citi Field in Queens ist die Heimat der New York Mets der Baseball Major League.

Brooklyn hat außerdem eine florierende unabhängige Musik- und Kunstszene sowie eine wachsende Off-Broadway-Theaterpräsenz. Auch die Viertel Williamsburg und DUMBO sind beliebte Orte des Nachtlebens. Man kann beispielsweise die berühmte Figureworks-Kunstgalerie besuchen, sich ein Stück im Brick Theater ansehen oder eine Indie-Rock-Show an Orten wie The Knitting Factory und Baby's All Right erleben. Ob Hotels, Musik- oder Kunstausstellungen, man kommt mit großer Wahrscheinlichkeit an den Massen und den hohen Preisen von Manhattan vorbei.

Die Außenbezirke haben auch eine große Einwanderungsbevölkerung, sodass man eine vielfältige, hochwertige Küche aus aller Welt genießen kann. Gran Electrica in DUMBO ist bekannt für seine



Marlow & Sons serviert seit 2004 kleine Snacks genauso wie große Mahlzeiten. Ein beliebter Treff der Williamsburger Restaurantszene.



Wer in New York ist, sollte nicht nur die üblichen Sehenswürdigkeiten in Manhattan besuchen. Es gibt viel mehr zu entdecken!



Unterwegs

Taxis und Mitfahrgelegenheiten können teuer sein und die Preise steigen, nachdem die Regierung im Februar einen Stauaufschlag von 2,75 US\$ pro Auto auf alle Fahrservices in Manhattan eingeführt hat. Staus sind vor allem in der Innenstadt immer noch üblich und je nach Tageszeit ist die Dauer einer Autofahrt unberechenbar.

Das wirtschaftlichste Verkehrsmittel ist die U-Bahn.

Eine Fahrt kostet nur 2,75 US\$. Ohne Aufpreis kann man dafür ans andere Ende der Stadt fahren. Die U-Bahn deckt fast ganz New York ab und Millionen von Menschen nutzen sie, um jeden Tag ins Stadtzentrum zu pendeln. So kann man günstig nach Manhattan gelangen, wenn man in Brooklyn oder Queens übernachtet. Zudem geht es recht schnell, da die meisten Linien weniger als 20 Minuten brauchen, um über den Fluss zu gelangen.

Nichtsdestotrotz leidet die New Yorker U-Bahn, die 1904 in Betrieb genommen wurde, sehr unter der Menge an Fahrgästen (fast 5,5 Millionen an einem durchschnittlichen Wochentag). Züge und Bahnhöfe sind während der Hauptverkehrszeiten oft stark überfüllt. Probleme mit dem jahrhundertealten Signalsystem können zu Verzögerungen führen. Die Gelder aus den oben genannten Stauaufschlägen sollen für Reparaturen und Modernisierungen verwendet werden. Bis das greift, wird es wohl noch einige Zeit dauern. Deswegen sollte man etwas mehr Zeit für zumindest kurze Verzögerungen bei der U-Bahn einplanen.

Radfahren ist auch eine Option, da es die Citi-Bike-Ständer, die man überall in der Stadt findet, den Besuchern ermöglichen, ein Fahrrad ziemlich günstig und unkompliziert zu mieten. Ein 24-Stunden-Pass kostet 12 US\$ für eine unbegrenzte Anzahl von Fahrten von bis zu 30 Minuten. Jedes Fahrrad kann an jedem Citi-Bike-Ständer abgestellt werden, unabhängig von dem Ort, an dem man es gemietet hat. Es gibt auch einen 3-Tages-Pass für 24 US\$. Fahrradwege sind üblich, aber sie können durch den Verkehr verstopft und während der Stoßzeiten gefährlich sein.

5 NY-Tipps, die den Geldbeutel schonen



- 1 Federal Reserve Bank:** eine von 12 in den USA; Besucher können an einer kostenlosen Tour teilnehmen und dabei seltene Münzen sehen sowie mehr über das Bankhaus erfahren.
- 2 New York Public Library:** Frieden und Ruhe empfängt den Besucher. Eine kostenlose Tour durch dieses stattliche Gebäude lohnt sich.
- 3 The High Line:** Diese stillgelegten Eisenbahnschienen befinden sich über den Straßen, sind ca. 2,3 Kilometer lang und wurden seit der Umgestaltung als Parkanlage im Jahr 2009 bereits von Millionen von Menschen besucht. Der Weg ist beidseitig begrünt und bietet einen großartigen Blick auf den Hudson River, das New Yorker Stadtbild, viele Straßenkunstwerke und Wandmalereien.
- 4 Flushing Meadows Corona Park:** In Queens unweit des Flughafens LaGuardia gelegen, ist dies der viertgrößte Park in New York und war Gastgeber der Weltausstellungen 1939 und 1964. Heute ist er die Heimat des Citi Field, wo die New York Mets spielen, und des Billie Jean King National Tennis Center, das jedes Jahr im August die US Open veranstaltet. Hier befinden sich auch der Queens-Zoo und das kostenlose Queens Museum of Art sowie ausgedehnte Parkanlagen.
- 5 Chelsea:** Auch wenn einige Museen New Yorks an einem Tag oder Abend im Monat freien Eintritt bieten, eine Reihe von fabelhaften Galerien ist immer kostenlos. Vor allem im Stadtteil Chelsea findet man einige davon wie die Petzel Gallery, David Zwirner, Elizabeth Dee und die berühmte Gagosian Gallery.

regionalen mexikanischen Gerichte, Sage in Ost-Williamsburg serviert exzellente thailändische Küche mit Livejazz und Sottocasa bietet in der Innenstadt von Brooklyn eine der besten Pizzas der Stadt. Wer nach traditionelleren amerikanischen Gerichten sucht, sollte Marlow and Sons in Williamsburg einen Besuch abstatten.

New York muss kein Vermögen kosten

Letztendlich ist kaum zu erwarten, dass die Kosten für eine New-York-Reise in naher Zukunft signifikant sinken werden. Aber mit ein wenig Weitsicht, Vorbereitung und guter Planung muss man kein Vermögen ausgeben und kann so das Geschäftsreisebudget schonen.

Die geschäftliche und kulturelle Szene der Stadt expandiert seit einem Jahrzehnt erfolgreich von Manhattan in die Außenbezirke. Es lohnt sich, auch die Unterkünfte in diesen Gebieten genauer zu betrachten und in der Nähe nach erstklassigen Restaurants sowie kulturellen Aktivitäten zu suchen. Damit haben Geschäftsreisende die Möglichkeit, eine andere Seite von New York kennenzulernen und dabei eine gute Rendite für die Reisekosten ihrer Unternehmen zu erzielen.



1



2



3



4



5

Mehr Zeit durch die richtigen Apps

Bei allen Vorteilen, die neue Technologien bieten, sind sie manchmal doch einfach nur eine zusätzliche Ablenkung. Aber es gibt Tools wie diese Apps, die bei der Organisation helfen und Zeit einsparen.

TEXT: Paul Wheatley



Swiftkey

Tastatur-App, die lernt und korrigiert

Künstliche Intelligenz hat eine Vielzahl von Innovationen hervorgebracht. Eine davon ist Swiftkey. Die App ist besonders hilfreich für Menschen, die ungern auf mobilen Geräten schreiben. Entwickelt von TouchType, das Microsoft im Jahr 2016 gekauft hat, lernt die Tastatur-App vom Schreibstil ihres Nutzers, Worte werden korrigiert und vorhergesagt. Bye-bye, Tippfehler!
Preis: kostenlos



Toggl

Die Zeit im Blick

Jeder kennt das Szenario: Man hat eine Liste von Dingen, die erledigt werden müssen, aber ehe man es sich versieht, ist der halbe Tag vorbei und man fragt sich, wo die Zeit geblieben ist. Toggl schafft Abhilfe: Mit einem Klick organisiert die App alle Aufgaben und erinnert daran, sie zu starten, falls sie vergessen wurden. Man kann Toggl auch in den Kalender integrieren und erfährt so, für welche Aufgaben man seine wertvolle Zeit verwendet hat. Preis: kostenlos



3



Freedom

Keine Chance für Ablenkungen

Alle, die viel zu tun haben, kennen das Gefühl, dass ein Arbeitstag viel zu kurz ist, um alles zu erledigen. Zudem gibt es im Zeitalter von Social Media eine Vielzahl an Ablenkungen, die auch Zeit kosten. Hier kommt Freedom ins Spiel. Die App blockiert alle Social-Media-, Shopping-Seiten und Apps, denen man nur schwer widerstehen kann, und hilft so, sich auf seine Arbeit zu konzentrieren. Preis: kostenlos

5



Evernote

Immer auf dem Laufenden

Evernote ist so etwas wie ein Veteran unter den Apps, aber nach wie vor eine der beliebtesten und besten ihrer Art. Benutzer können Notizen, Auszüge, Fotos und Sprachnotizen erstellen, die geräteübergreifend synchronisiert werden. Das Verwalten von Projekten, Meetings und Terminen gehört heute zu den Kernfunktionen der App. Preis: kostenlos



myCWT

Auf Geschäftsreisen bestens informiert

Die myCWT-App gibt vor und während der Reise Zugriff auf wichtige Informationen und Services: Flug- und Hotelbuchungen, Reisepläne, Warnmeldungen, automatische Flugplanhinweise, Profildaten oder Check-in. Reisende sparen so viel Aufwand und Zeit und können sich unterwegs auf ihre Arbeit konzentrieren. Die App ist in den Sprachen Englisch, Französisch, Italienisch, Deutsch und Spanisch verfügbar. Preis: kostenlos

7

Seven

Fitnessstraining für unterwegs

Auf Geschäftsreisen ist die Zeit oft knapp. Sport – das bedeutet umziehen, eine geeignete Laufstrecke oder ein Fitnessstudio suchen, die Geräte einstellen – wird dann schnell zum Stressfaktor oder fällt ganz aus. Das 7-Minuten-Training der Seven-App hingegen ist unkompliziert und effizient. Es kann im Hotelzimmer ohne zusätzliches Equipment durchgeführt werden und soll in kürzester Zeit maximale Ergebnisse bringen. Preis: kostenlos

2

Geschäftlich reisen: schnell, entspannt und gut vorbereitet ankommen. Mit der Bahn.

Wenn Geschäftsreisende Zeit gewinnen möchten, dann reisen sie am besten mit der Bahn! Ohne Staus und ohne Warten am Gate können sie im Zug viele von den Dingen tun, für die sie sonst keine Zeit hätten. Die ICE-Flotte der DB und die Züge ihrer Partnerbahnen verbinden nationale und internationale Städte und Metropolen und sorgen dafür, dass Reisende noch schneller ans Ziel gelangen, während man unterwegs lesen, entspannen, arbeiten oder sich auf den nächsten Geschäftstermin vorbereiten kann.

Zum Beispiel Paris: Mit dem ICE oder dem TGV unschlagbar schnell und direkt in die City

Über die französische Neubaustrecke LGV Est Européenne erreichen Fahrgäste mehrfach täglich die französische Wirtschaftsmetropole direkt und unschlagbar schnell im ICE oder TGV INOUI! Paris ist ab Stuttgart fünfmal unter 3 ¼ Std., ab Karlsruhe siebenmal unter 2 ½ Std. und ab Frankfurt über Straßburg zweimal unter 3 ¼ Std. sowie über Saarbrücken viermal unter 4 Std. verbunden.

Zum Beispiel Brüssel: Mit Hochgeschwindigkeit in die Hauptstadt Europas

Der ICE International verkehrt bis zu achtmal täglich mit bis zu 300 km/h in weniger als 3 Std. direkt,

schnell und bequem zwischen Frankfurt (über Köln, Aachen und Lüttich) und Brüssel. Das Extra für Geschäftsreisende: Die Frühverbindung ermöglicht die Ankunft in Brüssel bereits um 9:26 Uhr.

Schnell und entspannt in Deutschland unterwegs: mehr Zeit, mehr Komfort, mehr Service

Fünfmal täglich je Richtung verbindet der ICE-Sprinter Berlin mit München und bringt Reisende in unter 4 Stunden ans Ziel. Bereits ein Jahr nach Eröffnung konnte die DB das Flugzeug als Verkehrsmittel Nr. 1 zwischen diesen Metropolen ablösen: Rund 5 Millionen Fahrgäste zwischen Berlin und München entschieden sich 2018 für die DB.

Weitere Top-Relationen für Business-Reisende:

Frankfurt–Berlin unter 4 Std., Köln–Frankfurt unter 1 ¼ Std., Nürnberg–Berlin unter 3 Std., Erfurt–München unter 2 ¼ Std., Leipzig–Frankfurt unter 3 Std., Düsseldorf–Stuttgart unter 2 ¾ Std.

Das Beste: Alle Fahrten im Fernverkehr der DB innerhalb Deutschlands werden seit 2018 mit 100% Ökostrom durchgeführt!

Wir wünschen Ihnen eine gute Reise! ■

Im Flieger: Mittelplatz.
Im ICE: Arbeitsplatz.

Im ICE/TGV direkt, schnell und entspannt unterwegs.

z. B. Stuttgart–Paris unter 3 ¼ Stunden, Frankfurt–Brüssel unter 3 ¼ Stunden, Frankfurt–Paris unter 3 ¾ Stunden, Köln–Amsterdam unter 2 ¾ Stunden, Düsseldorf–Stuttgart unter 2 ½ Stunden, München–Berlin unter 4 Stunden.



KI kommt!

Wer künstliche Intelligenz (KI) sinnvoll nutzen möchte, braucht heutzutage noch einiges an menschlicher Intelligenz. Doch die KI-Technologie ist auf dem Vormarsch und wird auch die Reisebranche revolutionieren.

TEXT: Nick Easen

Es herrscht Goldgräberstimmung beim Thema künstliche Intelligenz und es gibt schon einige goldene Nuggets“, bringt Jan Latenstein, Vice President Multinational Sales & Program Management EMEA bei CWT, die Lage beim Thema KI auf den Punkt. Was sich hinter dem Sammelbegriff verbirgt, hat seiner Ansicht nach das Potenzial, die Geschäftsreisewelt umzukrempeln. Wenn Maschinen zunehmend selbstständig „denken“ und Prozesse „intelligent“ optimieren, wird dies die Branche radikal verändern. Ein Grund für CWT und andere, in diese Technologie zu investieren.

„Das Prinzip ist viel einfacher, als man denkt“, erklärt Latenstein. „Ständiges Dazulernen ermöglicht es der künstlichen Intelligenz, Entscheidungen zu treffen, die denen von uns Menschen ähnlich sind. Das ist ein großer Unterschied zu vielen Algorithmen, die

wir heute verwenden. Diese sind im Prinzip nur komplexe Anweisungen, die einem Computer sagen, was er tun soll.“

Schon vor einigen Jahren wurde der Begriff „künstliche Intelligenz“ aus der Taufe gehoben. Doch erst jetzt, da Unternehmen die Technologie beständig weiterentwickeln und erkennen, wie und wo sie einsetzbar ist, füllt sich das Thema mit Leben. Zugleich steigt die Akzeptanz, da Anwendungen immer benutzerfreundlicher und erschwinglicher werden. Das McKinsey Global Institute ermittelte, dass aktuell 70 Prozent der Unternehmen davon ausgehen, bis 2030 mindestens eine KI-Anwendung zu nutzen.

In Zukunft könnte KI gewaltige Veränderungen hervorrufen. So nimmt beispielsweise der Einsatz von KI bei Urlaubsreisen oder in der industriellen Fertigung

rapide zu. „KI wird bereits in der Wirtschaft, aber auch im Alltag eingesetzt. Sie wird leistungsfähiger und effizienter“, sagt Julian David, CEO von TechUK. „KI ist keine leere Worthülse mehr, sondern ein mächtiges Werkzeug, das gut eingesetzt werden kann.“

Intelligenz weiterentwickeln

Der zunehmende Einsatz künstlicher Intelligenz verändert auch die Erwartungen von Geschäftsreisenden. Aktuell unterstützt KI vorrangig dabei, bessere und fundiertere Entscheidungen für Buchungen treffen zu können. Dies hat sicherlich Auswirkungen auf den ROI (Return on Investment) von Reiseprogrammen.

„Es geht darum, das bestmögliche Reiseerlebnis zu schaffen und zugleich einen Mehrwert zu generieren“, sagt Latenstein. „KI ist dabei keine Bedrohung für Arbeitsplätze. Unsere Mitarbeiter nutzen die Unterstützung gerne. Es geht darum, eine Verbindung zwischen immer wiederkehrenden Aufgaben und menschlichen Interaktionen auf der einen und künstlicher Intelligenz auf der anderen Seite zu schaffen.“

Da ist zum Beispiel Reece, eine intelligente Chatbot- und Messaging-App von CWT, der man über eine Texteingabe Fragen stellen kann. Reece lernt aus diesen Fragen und weiß auch, wann man den User an einen menschlichen Berater weiterleiten sollte. Es ist ein hybrides System, das dazu dient, die Arbeitszeit der Berater optimal auszuschöpfen. Reece zeigt klar die Vorteile des Zusammenwirkens von KI und dem Menschen auf. Am Ende steht ein maßgeschnei-

derter Service, der sowohl dem Kunden zugutekommt als auch hilft, Kosten zu sparen.

Dies alles geschieht in einer Zeit, in der bevorzugt über digitale Kanäle kommuniziert wird. Eine aktuelle Umfrage von CWT ergab, dass 69 Prozent der Geschäftsreisenden es vorziehen, ihre Flüge über eine App oder online und nicht persönlich über Telefon oder E-Mail zu buchen.

Die KI wird immer persönlicher

Künstliche Intelligenz ermöglicht es den Reiseberatern von CWT auch vorherzusagen, welche Fragen auftauchen könnten, wenn sich Kunden mit ihnen in »

KI in der Reisebranche

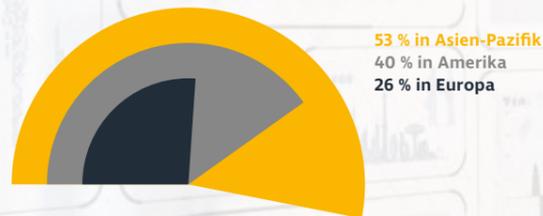
Künstliche Intelligenz wird auch in anderen Bereichen der Reisebranche eingesetzt: KLM entwickelt beispielsweise Care-E, einen Roboter, der das Gepäck trägt und Reisende mittels künstlicher Intelligenz zum Gate führt. Am Frankfurter Flughafen kommt KI bei der Vorhersage von Ankunftszeiten zum Einsatz. Der Changi Airport in Singapur nutzt KI zur Erkennung und Überwachung im Security-Bereich. Marriott wiederum arbeitet mit Samsung zusammen, um KI in Hotelzimmern einzusetzen, beispielsweise um über den virtuellen Assistenten einen Weckruf einzurichten oder die Dusche mit der gewünschten Wassertemperatur zu starten.





Buchungen übers Smartphone

So viele Reisende ziehen es vor, Reisen über ihr Smartphone zu buchen:



CWT/Artemis-Studie 2019

Ein KI-Tool kann dem Kunden Buchungsoptionen aufzeigen, die auf verschiedenen Kriterien basieren wie vergangene Anfragen, Buchungen und Entscheidungen.

Verbindung setzen, um diese dann besser und schneller beantworten zu können. Ein KI-Tool kann dem Kunden zudem Optionen anzeigen, die auf verschiedenen Kriterien basieren wie vergangene Anfragen, Buchungen und Entscheidungen.

„KI lernt auch aus Feedback. Je mehr Informationen sie sammelt, desto intelligenter wird sie und desto mehr kann sie den Kunden unterstützen“, sagt Latenstein. „Unser Hauptaugenmerk liegt auf der Vereinfachung von Geschäftsreisen. KI hilft uns dabei, indem sie den Menschen personalisierte Optionen aufzeigt.“ Bei dieser Personalisierung durch KI geht es weniger um Upgrades und Zusatzleistungen, sondern vielmehr darum, die Präferenzen und das Verhalten der Reisenden vollständig zu verstehen, um relevante Services in Echtzeit anbieten zu können.

Insgesamt erleichtert es künstliche Intelligenz, Reisenden ein maßgeschneidertes Erlebnis zu bieten, einschließlich eines besseren Kundensupports. So kann Reece beispielsweise einfache Fragen innerhalb von nur wenigen Sekunden beantworten. Reisende sparen damit Zeit. Darüber hinaus werden die Reiseberater zeitlich entlastet, sodass sie sich Aufgaben widmen können, die dem Kunden einen echten Mehrwert bieten, anstatt mit Routineaufgaben beschäftigt zu sein. Viele Routinearbeiten können bereits automatisch bearbeitet werden. „Je weiter die künstliche

Intelligenz fortschreitet, umso mehr wird sie sicherlich diejenigen verdrängen, die immer wiederkehrende Aufgaben erledigen“, sagt Darrell West, Gründungsdirektor des Center for Technology Innovation am Brookings Institution.

Sich auf Daten verlassen

Die wichtigste Voraussetzung für die Entwicklung von künstlicher Intelligenz sind Daten. Grundlage ist eine ausreichend große Datenmenge (Big Data). Nur so lässt sich KI effektiv testen und weiterentwickeln. Dabei haben große Geschäftsreisemanagement-Unternehmen einen klaren Vorteil gegenüber Start-ups: Allein CWT bearbeitet jährlich 330 Millionen Transaktionen.

„Diese Datenmenge sollten es uns ermöglichen, einen 360-Grad-Blick auf den Kunden zu werfen“, sagt Latenstein. „Wir beginnen gerade damit, alle verfügbaren Daten zusammenzuführen. KI ist besonders effektiv, wenn man mit ihr die gesamte Customer Journey betrachtet. Die Integration aller Backoffice-Systeme ist dabei eine der großen Herausforderungen. Da gibt es noch eine Menge ungenutzter Daten.“

„Aktuell sind wir dabei, Daten jenseits der Reisebranche mit einzubeziehen, einschließlich Personal- und Zahlungsinformationen, um diese mit den Reisedaten zu verknüpfen und einen Gesamtüberblick zu gewinnen. KI kann uns dabei unterstützen. Gibt es

Fotos: iStock (2)

beispielsweise einen Zusammenhang zwischen langjährigem Außendienst und dem Krankenstand? Sollte dies der Fall sein, können wir den Return on Investment und die Reiserichtlinien besser verstehen lernen. Am Ende geht es darum, Geschäftsreisemanagement auf ein neues Level zu bringen und Reiseausgaben sinnvoll zu gestalten.“

Dazu gehört auch AnswerIQ. Mit diesem Onlinetool können Travel Manager große Teile ihrer eigenen Reisedaten durchsuchen, ähnlich wie mit Google. KI assistiert dabei, solche Suchmöglichkeiten anzupassen und zu optimieren. Dabei lernt KI bei jeder Suchanfrage dazu, wodurch die Suche mit der Zeit intuitiver und personalisierter wird.“

Wie sieht die Zukunft aus? Zusammenhänge vorausschauend zu analysieren, das ist die große Stärke der künstlichen Intelligenz. KI verwendet Echtzeitinformationen, um Vorhersagen über anstehende Reiseplanungen treffen zu können. KI kommt zum Einsatz, wenn Kosten im Blick behalten und Prognosen über künftige Reisepreise getroffen werden müssen. Einige Start-ups nutzen KI auch schon, um Flugverspätungen vorherzusagen. „Es geht darum, neue Möglichkeiten zu erschließen“, erklärt Latenstein. „Wir stehen erst am Anfang.“

Mensch vs. Maschine

Ergebnisse einer Umfrage von CWT:

69 % der Geschäftsreisenden buchen ihre Flüge lieber online als über einen persönlichen Kontakt.

68 % bevorzugen für Flüge den Online-Check-in.

78 % reservieren ihr Hotel am liebsten online.

71 % buchen Zugverbindungen und Mietwagen lieber online.

46 % wollen beim Einchecken im Hotel mit einer Person sprechen, 51 % beim Auschecken.

CWT/Artemis-Studie 2019

Anzeige



me and all hotels bedeuten Großstadtgefühle und lässiger Luxus, der sich immer gut anfühlt. Für Sie. Für Euch. Für Dich.

me and all hotels – Menschen, Erlebnisse und Local Heroes

Zentralste Lage und immer eng verdrängt mit den Local Heroes der Stadt. Urbanes, kiezverliehtes Design, hochwertige Qualität, fabelhafte Details, feinste Technik und ein Großstadtwohzimmer, in dem sich alle gut fühlen. Die Zweitmarke der Lindner Hotels AG spricht vor allem City und Business Traveller sowie Urban Locals an. Leben, Arbeiten und Kommunikation wird hier in sympathischer Atmosphäre verbunden. Das Herzstück des Konzeptes ist die Einbindung lokaler Künstler und der Urban Locals. Düsseldorf hat 2016 den Anfang gemacht, 2018 folgte Mainz. Und es geht weiter! Stolz können wir insgesamt vier Neueröffnungen ankündigen.

Hannover – Im Vintage-Style und mit Backsteinwänden eröffnen wir 2020 direkt am Rande der Fußgängerzone ein weiteres me and all hotel. Hier erwarten Sie viel

Holz unter den Füßen, einladendes Leder zum Chillen und natürlich unsere berühmte me and all Lounge. **Kiel** – Wir sind dann mal im Fjord. Direkt an der Kieler Innenförde erwartet Sie maritimer Werft-Style. Gleich nebenan starten die Fähren nach Schweden, Finnland und viele andere Kreuzfahrtschiffe. Erlebnis pur! **Düsseldorf Oberkassel** – Düsseldorf bekommt ein zweites me and all Herz. In Poleposition direkt am Belsenplatz in Oberkassel. Auch hier wird es optimale Bedingungen für kreative Denk- und Arbeitsprozesse geben UND selbstverständlich eine me and all Lounge! **Ulm** – Nicht weit vom berühmten Münster entfernt, in superzentraler Lage gegenüber vom Hauptbahnhof, eröffnet 2020 das me and all hotel ulm. Urban Gardening mit Rooftop-Bar, Dachterrasse, Fitness-Zone, Chill-out-Bereich und Coworking-Areas auf der 8. Etage. ■



Strasbourg

Tradition seit 1570

Tradition spielt eine große Rolle auf vielen Weihnachtsmärkten, doch es gibt nur wenige weltweit, die älter sind als der Straßburger. Seine Ursprünge gehen auf das Jahr 1570 zurück und er wird mit Stolz als ältester Weihnachtsmarkt Frankreichs bezeichnet. Der Christkindelsmärik findet auf dem Broglie- und dem Domplatz statt und bietet u. a. eine Eisbahn und mehr als 300 Stände, die Besucher mit traditionellem Weihnachtsschmuck, Speisen und Glühwein anziehen.

Highlight: Off-Markt heißt die alternative Variante in Straßburg. Ein Markt, der sich auf Nachhaltigkeit, Biolebensmittel, Vintage-möbel und Originalkunst spezialisiert hat.

www.noel.strasbourg.eu/de

O du fröhliche!

Weihnachtsmärkte gehören zum Winter wie Lebkuchen und Schneemänner. Ob Prag oder Straßburg – es gibt viel zu entdecken. Fünf Weihnachtsmärkte, die Sie gesehen haben sollten.

TEXT: Paul Wheatley

König Wenzels Erben

Um den böhmischen König Wenzel ranken sich zahlreiche Geschichten. Eine von ihnen erzählt von seinem Marsch in den eisigen Schnee – eine Legende, die bei den Tschechen bis heute Weihnachtsgefühle hervorruft. Vielleicht findet deshalb der Prager Weihnachtsmarkt gerade am Wenzelsplatz statt. Die Menschen kuscheln sich hier zusammen, schlürfen Glühwein, essen Lebkuchen und ungarische Fladenbrote, während vor der fantastischen Kulisse des Nationalmuseums und der Oper Keramik und Schmuck verkauft wird.

Highlight: Besuchen Sie auch den Weihnachtsmarkt an der Prager Burg mit seinem herrlichen Blick auf die Stadt.

www.czechtourism.com/de/e/christmas-markets-prague

Prag



Viva Weihnachten!

Barcelona fällt einem sicher nicht als Erstes ein, wenn man an Weihnachtsmärkte denkt. Tatsächlich aber findet hier alljährlich seit 1786 am 13. Dezember die Fira de Santa Llúcia statt, das Fest der Heiligen Lucia. Und das auf dem Weihnachtsmarkt, der direkt neben dem Dom liegt und Ende November beginnt. Heute ist er einer von vielen Weihnachtsmärkten in der Stadt und der Region und wird von verschiedenen Veranstaltungen und lokalen Spezialitäten begleitet.

Highlights: Auch an Gaudís Basílica de la Sagrada Família befindet sich einer der kleineren Weihnachtsmärkte Barcelonas.

www.barcelonaturisme.com

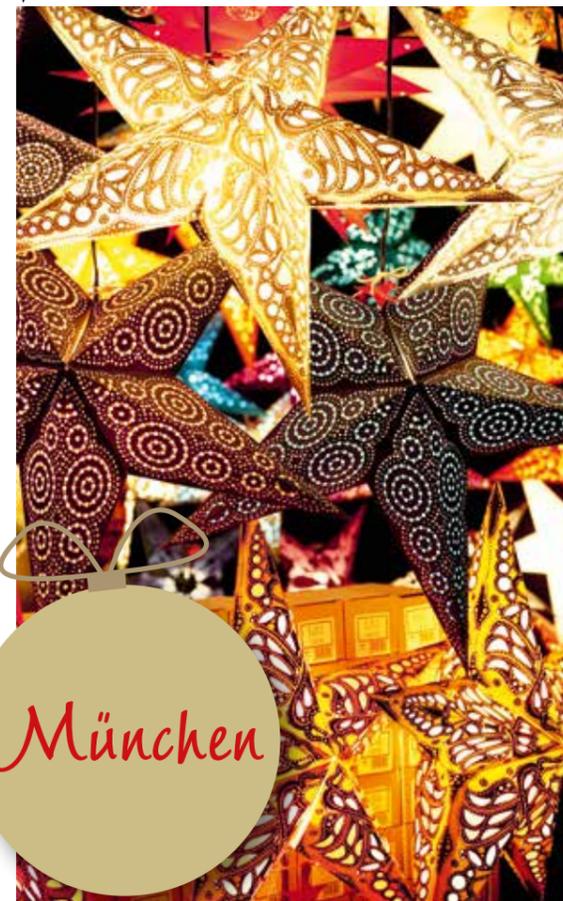
Münchener Kunstmarkt

Wer sich in der bayerischen Landeshauptstadt etwas auskennt, besucht nicht nur den Weihnachtsmarkt auf dem Marienplatz, sondern auch den gemütlichen Schwabinger Weihnachtsmarkt, der 1976 gegründet wurde und voller kreativer Typen und ihrer Kunstwerke steckt. Vom schönen handgemachten Schmuck bis hin zu überdimensionalen Skulpturen ist alles dabei – nicht zu vergessen der ausgezeichnete Glühwein und die kulinarischen Schmankerl.

Highlights: Im Kunstzelt werden größere Kunstwerke von Künstlern aus der Region und darüber hinaus präsentiert. Ganz in der Nähe gibt es zudem einen Skulpturenweg mit Open-Air-Kunst.

www.schwabingerweihnachtsmarkt.de

Fotos: iStock (2), Alamy (2), theBfcm



München



Barcelona



Birmingham

German Weihnachtsmarkt

Mit Weihnachtsmärkten assoziieren viele Menschen deutsche Traditionen. So auch die britische Stadt Birmingham. Jedes Jahr wird dort mit dem Frankfurter Weihnachtsmarkt Birmingham dem deutschen Original Tribut gezollt. Er gilt als der größte Markt außerhalb Deutschlands und Österreichs und bietet von gerösteten Mandeln über Bratwurst und handgefertigtes Leder bis hin zu zarten Glaskugeln alles, was das Weihnachtsherz begehrt.

Highlights: Genießen Sie in der Ferne deutschen Glühwein und ein Stück Stollen nach Originalrezept.

www.thebfc.com



Quality Time auf Konferenzen?

Wenn sich Termin an Termin reiht, kann man bei den vielen Meetings und Konferenzen schon mal sein Ziel aus den Augen verlieren. Wer richtig plant, bleibt konzentriert, fokussiert und aufnahmefähig. Sieben Tipps.

TEXT: Vicki Sussens

Wie lässt sich auf Konferenzen optimal netzwerken? Wie können Sie von Meetings noch mehr profitieren? Vor allem, indem Sie sich und Ihren Aufenthalt gut organisieren, aber auch genügend Zeit für sich einplanen. Weniger ist dabei manchmal mehr! So werden Sie aufgeschlossener und kommen voller Inspirationen nach Hause. Aber eins nach dem anderen.

Die richtige Wahl

Entscheiden Sie sich für Veranstaltungen mit Beteiligung des Publikums, Workshops oder Gruppendiskussionen. Je mehr Interaktion und Meinungen, desto engagierter werden Sie sein. Konzentrieren Sie sich darauf, ein Maximum aus ein oder zwei hochwertigen Veranstaltungen zu ziehen, anstatt zu viele Events zu besuchen, die Sie nur müde machen und Ihre Aufnahmefähigkeit verringern.

Notizen machen

Wer sich Notizen macht, ist aufmerksamer dabei. Zudem helfen Aufzeichnungen, Ideen aus der Konferenz später weiterzuverfolgen. Tipp: Nutzen Sie Ihre Notizen, um zu netzwerken: „Was halten Sie von ...“ ist ein guter Türöffner.

Schritt für Schritt

Möglicherweise kommen Sie in einer hektischen Arbeitswoche zur Konferenz. Dann planen Sie Zeit für sich ein! Schon ein bisschen Yoga oder Meditation auf dem Zimmer können Gold wert sein. Oder lieber in den Hotel-Gym? Auch ein kleiner Spaziergang ums Hotel macht den Kopf frei. Sollten Sie einmal einen Programmpunkt auslassen, wie wäre es mit joggen? Einige Hotels vermieten Jogging-Equipment. Bewegung und ein Tapetenwechsel helfen, Informationen besser zu verarbeiten und frisch ins nächste Meeting zu gehen.

Gut essen

Nehmen Sie nicht alles zu sich, was Ihnen auf Konferenzen angeboten wird – in der Hoffnung, dass Sie sich zu Hause wieder besser ernähren. Starten Sie lieber mit einem proteinreichen Frühstück. Das beugt dem ersten Hunger vor. Gesunde Snacks zwischen den Mahlzeiten helfen als Nervennahrung und beim Regulieren des Blutzuckerspiegels. Alkohol sollte nur in geringen Maßen, Wasser dafür ausreichend getrunken werden.

Sich wohlfühlen

Haben Sie die richtige Garderobe dabei? Gibt es eine Kleiderordnung, Must-haves oder Sachen, die Sie keinesfalls tragen sollten? Wählen Sie in jedem Fall elegante, aber bequeme Schuhe. Generell hilft es dem eigenen Selbstvertrauen und beim Networking, gut angezogen zu sein.

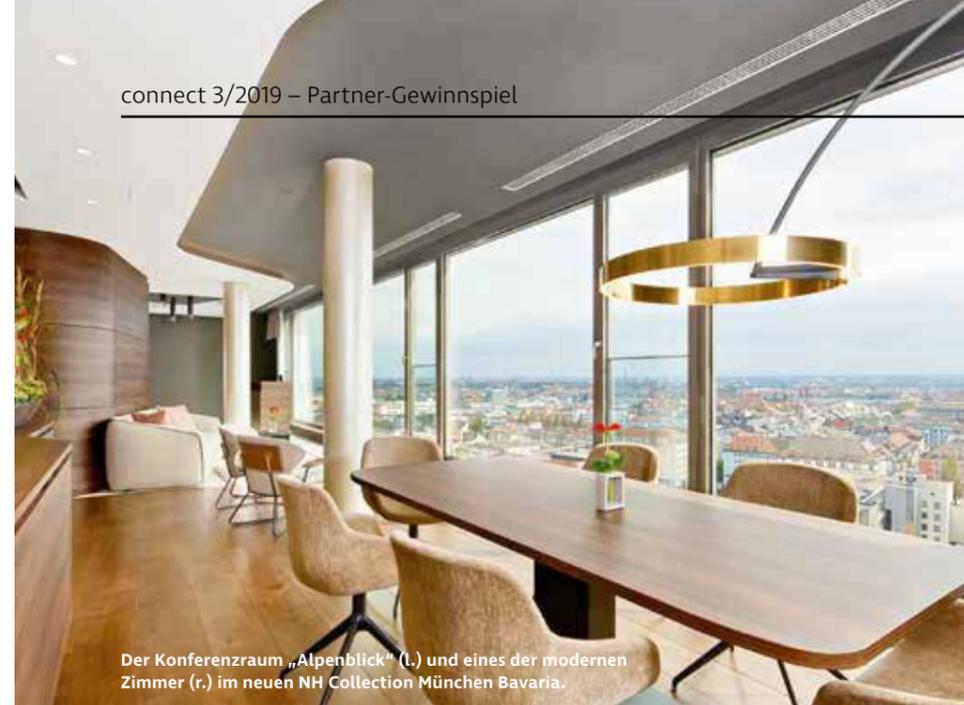
„Out of office“

Bevor Sie Ihr Büro in Richtung Konferenz verlassen, schließen Sie am besten Ihre aktuelle Arbeit ab und delegieren, was Sie nicht beenden können. Informieren Sie in Ihrer Abwesenheitsnotiz darüber, dass Ihre E-Mails nicht gelesen werden. Legen Sie einen festen Zeitrahmen fest, in dem Ihre Arbeitskollegen Sie kontaktieren können, und halten Sie sich daran!

Effizientes Netzwerk

Planen Sie mindestens zwei ausdrückliche Networking-Sessions ein – ob während einer Mittags- oder Kaffeepause oder bei einer Veranstaltung nach Feierabend. Nutzen Sie diese Zeit so intensiv und effektiv wie möglich. Doch Vorsicht: Networking sollte kein hektischer Run auf Visitenkarten sein. Weniger ist auch dabei mehr! ■

Foto: iStock



Der Konferenzraum „Alpenblick“ (l.) und eines der modernen Zimmer (r.) im neuen NH Collection München Bavaria.

NH | HOTEL GROUP
PART OF MINOR
HOTELS



Über den Dächern der bayerischen Metropole

NH Collection München Bavaria ist eröffnet

Das **NH Collection München Bavaria** feierte am 26. August 2019 Eröffnung – einer der ältesten Wolkenkratzer Münchens in superzentraler Lage erstrahlt nach großem Umbau am Hauptbahnhof. Damit erweitert die Premiummarke der NH Hotel Group ihr Portfolio um ein achties Haus in Deutschland. Ehemals als NH Deutscher Kaiser bekannt, zählt das imposante Gebäude heute 219 Zimmer und Suiten. Rund 400 Quadratmeter Veranstaltungsfläche in elf flexibel gestaltbaren Räumen lassen keine Wünsche

offen. Für den besonderen Wow-Effekt sorgt der Konferenzraum „Alpenblick“ auf der 16. Etage in knapp 95 Metern Höhe. Von hier eröffnet sich dem Gast ein einmaliges Alpenpanorama mit Blick auf die bayerische Hauptstadt. Das Hotel liegt im Herzen der Stadt, nur wenige Gehminuten vom historischen Zentrum entfernt. Attraktionen wie die Frauenkirche, die Theresienwiese als Austragungsort des Oktoberfestes sowie die Kaufingerstraße, Münchens berühmte Shoppingmeile, sind fußläufig zu erreichen. ■

GEWINNSPIEL:

Gewinnen Sie ein Wochenende in einem NH Hotel nach Wahl im Doppelzimmer für 2 Personen in Deutschland, Österreich, Polen, Tschechische Republik, Rumänien, Slowakei, Ungarn, Niederlande, Belgien oder Luxemburg.

1. Wie viele Hotels zählt die Premiummarke „NH Collection“ in Deutschland?

Antwort **A:** 10

Antwort **B:** 8

Antwort **C:** 3

2. In welcher Etage befindet sich der Konferenzraum „Alpenblick“?

Antwort **A:** 16. Etage

Antwort **B:** 10. Etage

Antwort **C:** 20. Etage

3. In welcher Lage befindet sich das NH Collection München Bavaria?

Antwort **A:** Super zentral am Hbf

Antwort **B:** An der Messe

Antwort **C:** In Dornach Riem, Aschheim

Schicken Sie uns eine E-Mail mit Ihrer Lösung und Ihren Kontaktdaten an: gewinnspiel-cwtconnect@mycwt.com

Einsendeschluss ist der 08.01.2020

Ihre Daten werden nur zur Gewinnermittlung gespeichert. Wir geben ausschließlich die personenbezogenen Daten der Gewinner weiter, die von uns oder unseren Partnern zur Übergabe oder Inanspruchnahme des Gewinns benötigt werden. Es gelten die Gewinnspielbedingungen unserer Partner. Sie sind damit einverstanden, dass Ihr Name im Falle eines Gewinns in der nächsten Ausgabe veröffentlicht wird. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Eine Barauszahlung, Änderung oder Umtausch des Gewinns ist nicht möglich. Gewinnansprüche sind nicht übertragbar.

Gewinnerin aus der Ausgabe 2/2019 von CWT Connect: **Frau Manuela F. Wir gratulieren ganz herzlich!**

Diplomat.
Feuerwehrmann.
Entertainer.
Analyst.
Verhandlungsführer.

Ihr Job ist vielfältig - wir machen ihn etwas leichter.

CWT unterstützt Sie bei der Optimierung Ihrer Geschäftsreisen. Egal wie Ihre Anforderungen sind – wir haben das passende Angebot für Sie: transparent, serviceorientiert und kosteneffizient.

mycwt.com/de/de

