

Nicola Hoffmann

Make-or-Buy Entscheidung im Travel Management

Eine Analyse optionaler Organisationsformen für Geschäftsreisen

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2003 Diplom.de
ISBN: 9783832480844

Nicola Hoffmann

Make-or-Buy Entscheidung im Travel Management

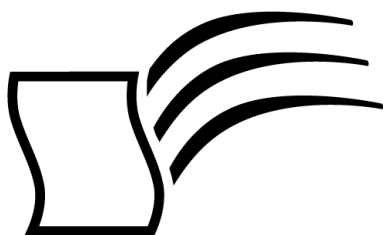
Eine Analyse optionaler Organisationsformen für Geschäftsreisen

Nicola Hoffmann

Make-or-Buy Entscheidung im Travel Management

*Eine Analyse optionaler Organisationsformen für
Geschäftsreisen*

Diplomarbeit
Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Fachbereich Betriebswirtschaft
Abgabe März 2003



Diplom.de

Diplomica GmbH ———
Hermannstal 119k ———
22119 Hamburg ———

Fon: 040 / 655 99 20 ———
Fax: 040 / 655 99 222 ———

agentur@diplom.de ———
www.diplom.de ———

ID 8084

Hoffmann, Nicola: Make-or-Buy Entscheidung im Travel Management - Eine Analyse optionaler Organisationsformen für Geschäftsreisen

Hamburg: Diplomica GmbH, 2004

Zugl.: Fachhochschule für Wirtschaft Berlin, Diplomarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2004

Printed in Germany

INHALTSVERZEICHNIS

TABELLENVERZEICHNIS	IV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	V
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Ziele der Arbeit	2
1.3 Aufbau der Arbeit	2
2 Theoretische Grundlagen zu Make-or-Buy	3
2.1.1 Make-or-Buy	3
2.1.2 Outsourcing und Insourcing	5
2.2 Die Transaktionskostentheorie	6
2.2.1 Grundsatzannahmen	7
2.2.2 Transaktionen und Transaktionskosten	7
2.2.3 Einflußfaktoren auf die Make-or-Buy Entscheidung	8
2.2.4 Grenzen der Transaktionskostentheorie	13
3 Grundlagen zum Thema Geschäftsreisen	13
3.1 Definition Tourismus	13
3.2 Die Tourismuswirtschaft	14
3.2.1 Leistungsträger	14
3.2.2 Reiseveranstalter	15
3.2.3 Reisemittler	15
3.2.3.1 Definition und Tätigkeitsprofil	15
3.2.3.2 Darstellung des Reisemittlermarktes	16
3.3 Positionierung von Geschäftsreisen im Tourismus	17
3.4 Abgrenzung von Geschäftsreisen und Privatreisen	18
3.5 Geschäftsreiseagenturen	20
3.5.1 Definition Geschäftsreiseagentur	20
3.5.2 Spezifika der Geschäftsreisevermittlung	20
3.5.3 Spezialisierungsvorteile gegenüber traditionellen Reisemittlern	21
3.6 Entwicklung der Geschäftsreisekosten	23
3.7 Vergütungsstruktur des Reisemittlermarktes	24
3.8 Travel Management	28
3.8.1 Aufgaben und organisatorische Einbindung	29
3.8.2 Optimierungspotentiale	30
4 Make-or-Buy im Kontext Geschäftsreisen	31
4.1 Ausgangsüberlegungen	31
4.2 Defizite in der Leistungserstellung externer Reisemittler	32
4.3 Formen der Geschäftsreiseorganisation	33
5 Make-or-Buy Analyse	35
5.1 Restriktionen und Voraussetzungen	35
5.2 Auswertung	38
5.3 Transaktionskostentheoretische Betrachtung	39
5.4 Scoring-Modell Analyse: Optionale Organisationsformen für Geschäftsreisen	43
5.4.1 Qualitative Bestimmungsfaktoren	43
5.4.2 Gewichtung der Bestimmungsfaktoren	46
5.4.3 Bewertung der Bestimmungsfaktoren	47
5.4.3.1 Bewertungsergebnis der eigenen Geschäftsreiseagentur	47
5.4.3.2 Bewertungsergebnis des Imports	48
5.4.3.3 Bewertungsergebnis des Fremdbezugs	48
5.4.3.4 Begründung der Bewertungen	49

5.4.4	Auswertung der Ergebnisse	54
5.5	Kostenrechnerischer Entscheidungsansatz	55
5.5.1	Ausgangsüberlegungen	55
5.5.2	Annahmen	56
5.5.3	Kosten und Erlöse der eigenen Geschäftsreiseagentur	59
5.5.4	Kosten und Erlöse des Implants	65
5.5.5	Kosten und Erlöse bei Fremdbezug	67
5.5.6	Auswertung	68
6	Zusammenfassende Betrachtung	70
LITERATURVERZEICHNIS		VI
QUELLENVERZEICHNIS		VIII
EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG		X

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Bewertung der eigenen GA mittels Scoring-Modell	47
Tabelle 2: Bewertung des Implants mittels Scoring-Modell	48
Tabelle 3: Bewertung des Fremdbezugs mittels Scoring-Modell.....	48
Tabelle 4: Provisionssätze nach Leistungsträgern	56
Tabelle 5: Annahmen zur Geschäftsreisekostenstruktur des fiktiven Unternehmens.....	57
Tabelle 6: Annahmen zu Geschäftsreisekosten und Anzahl der Buchungen.....	57
Tabelle 7: Annahmen zur Ticket Fee	58
Tabelle 8: Provisionserlöse der eigenen GA.....	59
Tabelle 9: Anzahl Flugsegmente.....	60
Tabelle 10: Incentiveerlöse der eigenen GA.....	60
Tabelle 11: Kosten Miete und Büroausstattung der eigenen GA	61
Tabelle 12: Kosten i.V.m. der IATA-Lizenz der eigenen GA.....	61
Tabelle 13: Personalkosten der eigenen GA	62
Tabelle 14: Kosten für Büromaterial der eigenen GA	62
Tabelle 15: Kosten i.V.m. CRS der eigenen GA	63
Tabelle 16: Telekommunikationskosten der eigenen GA.....	63
Tabelle 17: Stromkosten der eigenen GA	64
Tabelle 18: Kosten durch Ticket Fee der eigenen GA.....	64
Tabelle 19: Übersicht Kosten der eigenen GA	65
Tabelle 20: Incentiveerlöse des Implants.....	65
Tabelle 21: Kosten für Büromaterial des Implants	66
Tabelle 22: Übersicht Kosten des Implants	67
Tabelle 23: Kosten durch Ticket Fee bei Fremdbezug	68
Tabelle 24: Übersicht Kosten und Erlöse optionaler Organisationsformen	68
Tabelle 25: Übersicht der Kostenveränderung für eigene GA.....	69
Tabelle 26: Übersicht Kosten und Erlöse optionaler Organisationsformen, eigene GA mit DB-Lizenz	70