

Carlson Wagonlit Travel verzeichnet signifikantes Wachstum in 2005 sowie die erfolgreiche Umsetzung seiner strategischen Ziele

PARIS, 20. MÄRZ 2006 – Der weltweit zweitgrößte Geschäftsreise-Anbieter Carlson Wagonlit Travel (CWT) verzeichnet ein starkes Wachstum in 2005. Dieses beruht vor allem auf der Gewinnung von Neukunden und einer starken Kundenbindung sowie auf signifikanten Fortschritten in der Umsetzung des strategischen 3-Jahres-Plans „CWT 007“.

- Der vermittelte Umsatz, der unter der Marke CWT getätigt wurde, stieg 2005 um 12 Prozent auf 22 Milliarden US-\$¹
- Der vermittelte Umsatz, der von den in ganzheitlichem Besitz befindlichen Agenturen getätigt wurde, konnte um 22 Prozent auf 13,7 Milliarden US-\$ gesteigert werden.
- Die weltweiten Erträge lagen mit 1,19 Milliarden US-\$ 15 Prozent höher als in 2004 (1,04 Milliarden US-\$).
- Das Betriebsergebnis erhöhte sich auf 81 Millionen US-\$ im Vergleich zu 58 Millionen US-\$ im Vorjahr.
- Das Nettoergebnis 2005 stieg auf 56 Millionen US-\$ im Vergleich zum Vorjahr mit 39 Millionen US-\$²

Hubert Joly, weltweiter Präsident und CEO, erklärt, dass das Wachstum in 2005 auf einer starken Kundenbindung sowie der Gewinnung zahlreicher Neukunden basiert. Der Umsatz mit Neukunden betrug in 2005 über 1,3 Milliarden US-\$. Er sagt: „Unser Wachstum bestätigt die Bedeutung und den Nutzen unserer Dienstleistungen für unsere weltweiten Kunden sowie die Leistungsfähigkeit unseres globalen Unternehmens. Es zeigt auch, dass wir rasante Fortschritte auf dem Weg zum professionellen High-tech Dienstleister erzielt haben, der seinen weltweiten Kunden Einsparungen, Service und Sicherheit bietet.“ Weiterhin fügte Hubert Joly hinzu, dass in den ersten beiden Monaten 2006 bereits 600 Millionen US-\$ an Neukunden-Umsatz generiert wurde.

Joly weist darauf hin, dass die Differenz zwischen Umsatzwachstum (+22%) und Ertragswachstum (+15%) in 2005 hauptsächlich auf CWTs weltweiter Führungsrolle bei der Umsetzung von Online Buchungen basiert. Im Weiteren fügt er hinzu, dass das geringere Wachstum bei den Erträgen im Vergleich zum ersten Halbjahr hauptsächlich daher rührt, dass die Akquisitionen von Protravel und Maritz, welche im Mai 2004 abgeschlossen wurden, den Vergleichswert in der zweiten Jahreshälfte erhöht.

Carlson Wagonlit Travel ist einer der führenden Anbieter im Management von Geschäftsreisen für Konzerne, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Regierungsinstitutionen. CWT entwickelt und implementiert Travel Management-Programme, die auf Beratungsexpertise, einer starken Einkaufsmacht, technologischem Know-how und qualitativ hochwertigem Service basieren. Mit einem Jahresumsatz von 22 Milliarden US \$ operiert CWT in mehr als 150 Ländern und bedient 60 der 100 weltweit größten Firmen. www.carlsonwagonlit.de

Pressekontakt (Deutschland, Österreich, Schweiz):

Martina Egger
Carlson Wagonlit Travel
Tel: +49 6196 939 742
meggler@carlsonwagonlit.de

Cynthia Ahrens
a²| Agentur für PR- und Medienberatung
Tel: +49 611 8420 925
Cynthia.Ahrens@aquadrat-online.de

¹ Agenturen in ganzheitlichem Besitz, Joint Ventures, Partner, Franchise-Partner, Referrals

² Darin enthalten sind einige positive Einmalbezüge. Die zeitliche Planung von Umsatzrealisierungen ist Ursache für die Differenz zwischen dem ersten und zweiten Halbjahr 2005.