

pressemitteilung

Carlson Wagonlit Travel baut seine globale Marktführerschaft im ersten Halbjahr 2006 aus

- **Rekordumsatz beim Neukundengeschäft** in den ersten sechs Monaten wird sich auf 1 Milliarde US-Dollar belaufen
- **Umsatzsteigerung** um 10 Prozent im Vergleich zur ersten Jahreshälfte 2005
- Bedeutende Erfolge in der Umsetzung des **3-Jahres-Plans („CWT 007“)**
- Abschluss der **Akquisition von Navigant International** im August - Integration in vollem Gange

PARIS (20. SEPTEMBER 2006) — Der weltweit zweitgrößte Geschäftsreiseanbieter Carlson Wagonlit Travel (CWT) kann eine bedeutende Umsatzsteigerung für die ersten sechs Monate des Jahres 2006 sowie beachtliche Ergebnisse bei der Umsetzung seines Drei-Jahres-Plans „CWT 007“ verkünden. Darüber hinaus wurde auch gewaltiges Neukundengeschäft generiert, das bis Jahresende einen Umsatz von 1 Milliarde US-Dollar (ohne erneut verlängerte Verträge von Bestandskunden) ausmachen wird. Zu den Neukunden zählen kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), Konzerne sowie Regierungsinstitutionen. Der Gesamtumsatz konnte im ersten Halbjahr unter der Voraussetzung einer konstanten Währungsbasis im Vergleich zur Vorjahreshälfte um 10 Prozent gesteigert werden, was auf einen allgemein starken Geschäftsreisemarkt, gute Kundenbindung und den Rekordumsatz beim Neukundengeschäft zurückzuführen ist.

„Unser Erfolg in den ersten sechs Monaten dieses Jahres zeigt CWTs durchschlagende Wirkung und die Fortschritte, die wir bei der Umsetzung unseres 3-Jahres-Planes machen. Als globaler, hochtechnisierter und professioneller Geschäftsreiseanbieter ermöglicht CWT einer stetig steigenden Anzahl von Kunden Einsparungen, besten Service und Sicherheitsdienstleistungen auf einer globalen Ebene. Unser Erfolg zeigt die Relevanz eines effektiven Travel Managements für unsere Kunden sowie den Mehrwert, den wir hierzu leisten“, so Hubert Joly, weltweiter Präsident und CEO von CWT.

Die erste Jahreshälfte war auch von der im August abgeschlossenen Akquisition von Navigant International geprägt, wodurch CWT seine Größe in Nordamerika verdoppelte und dort zu einer starken Nummer 2 wurde. In den weltweiten Schlüsselmärkten ist nunmehr eine gemeinsame Führungsspitze im Einsatz.

Gute Ergebnisse bestätigen die erfolgreiche Umsetzung von „CWT 007“:

- Online-Buchungen wachsen weltweit rapide:** Das Wachstum der Online-Buchungen reicht von 91 Prozent in Australien (18 Prozent Online-Buchungsanteil) bis 21 Prozent in Nordamerika (42 Prozent Online-Buchungsanteil). In EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) nahmen die Anzahl der Online-Buchungen um 77 Prozent im ersten Halbjahr 2006 zu (nahezu 10 Prozent Online-Buchungsanteil). CWT ist weltweit erfolgreich bei der Ausweitung seiner Online-Aktivitäten. In Japan wurde ein Online-Buchungssystem speziell für inländische Bahnreisen, die dort bis zu 30 Prozent des Reiseumsatzes einer Firma ausmachen können, auf den Markt gebracht. In China hat CWT gezielt für einige Kunden ein nationales Online-Buchungssystem entwickelt und im August implementiert, wodurch bereits jetzt eine Nutzungsrate von 30 Prozent erreicht wird.

Der große Vorteil von Online-Buchungen wird auch in der CWT-Studie „Toward Excellence in Online Booking“ dargestellt, die u.a. Kosteneinsparungen von 10 Prozent der gesamten Reisekosten für die Kunden aufweist. CWT-Spezialisten und Technologien unterstützen die Kunden bei der Planung und Umsetzung ihrer Online-Strategie. Online-Buchungssysteme wie *CWT Connect* in EMEA, *CWT Horizon* in Nordamerika sowie Produkte von Dienstleistern wie GetThere und Amadeus, mit denen zu Beginn des Jahres globale Reseller-Verträge geschlossen wurden, bieten den Kunden eine breitgefächerte Angebotspalette.
- Beratungsleistungen:** Die Einnahmen im Beratungsgeschäft stiegen im ersten Halbjahr 2006 um 17 Prozent. Die 2005 begonnene Globalisierung der Beratungsdienstleistungen in Australien, China und Indien trug u.a. durch die Einführung von Beratungsdienstleistungen in Australien, China und Indien zur Umsatzsteigerung bei. Um das Travel Management der Kunden zu optimieren, bietet CWT darüber hinaus maßgeschneiderte hauseigene Technologien zur Leistungsmessung an.
- Hotelbuchungen** verzeichnen in der ersten Jahreshälfte einen Zuwachs von 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dies zeigt, dass die Travel Manager mittlerweile die Bedeutung eines Hotelprogramms zur Kosteneinsparung erkennen. Kunden profitieren von CWTs eigener Hoteldatenbank *CWT HARP* (Hotel Automated Rate Program) mit über 139.000 Hotels sowie von der Beratung durch die CWT Hotel Solutions Group, die bei der Erstellung und Implementierung von Hotelreiserichtlinien sowie bei den Verhandlungen mit den Leistungsträgern unterstützt.
- Weltweite Konsolidierung:** Die neuen Rekordumsätze durch globale Kunden zeigen, dass diese die Pläne zur Konsolidierung ihrer Reiseprogramme tatsächlich umsetzen. CWTs globale Ausrichtung sowie die Gründung der Sektion „Global Account and Solutions“ im Frühjahr 2005 sind dabei ebenso hilfreich für die Kunden wie eine Reihe global einsetzbarer Produkte: Dies sind u.a. *CWT Portal*, das zentrale Zugangportal für alle webbasierten CWT-Technologien, *CWT Portrait*, ein Tool zur Hinterlegung von Profilen, *CWT Discovery*, ein Datenkonsolidierungs- und Auswertungssystem, sowie *CWT Guardian*, ein auf die jeweiligen Bedürfnisse angepasstes Angebot für umfassende Sicherheitsdienstleistungen.

- **Kleine und mittelständische Unternehmen:** In Europa hat CWT zwei integrierte Online-Lösungen für den Mittelstand entwickelt: *CWT Connect Express* für kleine Firmen ohne organisiertes Reisemanagement sowie *CWT Connect Business* für mittelgroße Firmen mit Reiserichtlinien und verhandelten Raten. Seit der Lancierung zu Beginn dieses Jahres wurden 150 *CWT Connect Express* bzw. *CWT Connect Business* Lösungen in Europa implementiert.
- **Geografische Expansion:** In allen globalen Schlüsselmärkten verzeichnet CWT ein Wachstum in den letzten sechs Monaten. Die Wachstumsrate liegt bei 8 Prozent in Europa, 19 Prozent im Raum Asien-Pazifik, 13 Prozent in Nordamerika und 4 Prozent in Lateinamerika. Die Länder mit den größten Steigerungsraten sind Russland (48 Prozent), Argentinien (38 Prozent), China (35 Prozent) sowie Indien und Singapur (je 25 Prozent).

„CWT war in der ersten Jahreshälfte sehr erfolgreich. Wir rechnen damit, dass dieser positive Trend durch die Integration von Navigant noch verstärkt wird“, so Hubert Joly.

Carlson Wagonlit Travel ist einer der führenden Anbieter im Management von Geschäftsreisen für Konzerne, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Regierungsinstitutionen in mehr als 150 Ländern. CWT entwickelt und implementiert Travel Management-Programme, die auf Beratungsexpertise, einer starken Einkaufsmacht, technologischem Know-how und qualitativ hochwertigem Service basieren. CWT und seine Franchisenehmer generieren einen gemeinsamen Jahresumsatz von mehr als 26 Milliarden US \$. www.carlsonwagonlit.ch

Pressesprecher:

Walter Ruggli
Carlson Wagonlit Travel
Tel: +41 44 215 15 50
wruuggli@carlsonwagonlit.ch

Pressekontakt:

Nja Stubbe
Carlson Wagonlit Travel
Tel: +41 44 215 1565
nstubbe@carlsonwagonlit.ch