

pressemitteilung

Neue CWT Studie zeigt steigende Konsolidierung des Travel Managements

20 Prozent Einsparungen der Gesamtreiseausgaben sowie Verbesserungen bei Service und Sicherheit möglich

PARIS, 28. MÄRZ 2007 — Mehr und mehr multinationale Unternehmen konsolidieren ihr Travel Management. Hierdurch sparen sie durchschnittlich 20 Prozent ihrer Reiseausgaben ein. Dies ist ein Kernergebnis der neuen Studie des CWT Travel Management Institute von Carlson Wagonlit Travel (CWT), dem weltweit zweitgrößten Geschäftsreiseanbieter. Die Analyse zeigt zudem, dass fast zwei Drittel der untersuchten Unternehmen positive Auswirkungen der Konsolidierung auf Service und Sicherheit feststellen.

Die CWT-Marktanalyse *Globale Horizonte: Die Konsolidierung eines Firmenreiseprogramms* basiert hauptsächlich auf der Befragung von 120 Unternehmen weltweit, neun tief greifenden Fallstudien und der Berechnung der Einsparungen durch Konsolidierung bei 30 Unternehmen. Die Untersuchung geht den Vorteilen der Konsolidierung auf den Grund, nennt Voraussetzungen und untersucht die Schlüssel zum Erfolg bei der Zusammenführung der verschiedenen Komponenten des Geschäftsreisemanagements auf lokaler, internationaler und globaler Ebene.

Hubert Joly, weltweiter Präsident und CEO, über die Erkenntnisse: „Die Konsolidierung von Reiseprogrammen ist einer der Hauptfaktoren für ein effektives Travel Management. Unsere Studie zeigt, dass die Mehrheit der Unternehmen mit einem Haupt-Geschäftsreisepartner bei der Konsolidierung zusammenarbeitet. CWT hat bereits bei 150 Kunden global und bei 180 Kunden länderübergreifend eine Konsolidierung durchgeführt und blickt somit auf weit reichende Erfahrungen zurück.“

Die Vorteile der Konsolidierung

Den größten Anteil an den durchschnittlich 20 Prozent Einsparungen der gesamten Reiseausgaben trägt die Standardisierung der Reiserichtlinien bei (12 Prozent), gefolgt von einem konsolidierten Einkauf (7 Prozent) sowie Buchungen und Fulfillment (1 Prozent). Eine konsistentere Servicequalität entsteht durch standardisierte Servicevereinbarungen und Tools. Bezüglich Sicherheit verbessert ein konsolidiertes Travel Management die Lokalisierung von Reisenden und die Reaktionsfähigkeit bei Notfällen.

Die Voraussetzungen

Nicht alle Unternehmen können das volle Potenzial an Vorteilen ausschöpfen. Um maximale Einsparungen z.B. beim Flug- und Hoteleinkauf zu erzielen, brauchen Unternehmen je nach Kategorie ein Mindestreisebudget. Denn die Rabatte steigen mit höheren Umsätzen. Zudem benötigen Firmen ein geeignetes Reisemuster. Für Preisnachlässe beim Flugeinkauf bedeutet dies, dass ein Unternehmen bedeutenden

bidirektionalen Streckenverkehr hat. Eine weitere Voraussetzung ist eine passende Unternehmenskultur. Hier sind der Grad der Zentralisierung und Kostendruck entscheidend. Ein international agierendes Travel Management ist ein weiterer Erfolgsfaktor. So haben bereits 60 Prozent der befragten Unternehmen ein globales Team ernannt.

Schlüssel zum Erfolg

Ein ganzheitlicher Ansatz auf tragfähigen Grundlagen führt zum Erfolg. Unternehmen konsolidieren möglichst viele Komponenten des Travel Managements. Die wesentlichen Bereiche sind die Datenkonsolidierung, Standardisierung der Reiserichtlinien und Leistungsüberwachung als Basis z. B. für eine Einkaufsstrategie. Hierbei kooperieren über 80 Prozent mit einem primären Geschäftsreiseanbieter. Die Unternehmen beziehen ihren Hauptpartner aufgrund der vielfältigen Prozesse so früh wie möglich in die Konsolidierung ein. Zudem sind die Unterstützung durch die Führungsebene im eigenen Haus und ein personell gut ausgestattetes Travel Management-Team unerlässlich. Zu beachten ist, dass die Konsolidierung in jedem Unternehmen unterschiedlich verläuft und für gewöhnlich mindestens drei Jahre für die wichtigsten Bereiche in Anspruch nimmt.

Die vollständige, gedruckte Studie kann auf Deutsch unter info@carlsonwagonlit.ch kostenlos bestellt werden. Die englische Broschüre ist als PDF unter www.carlsonwagonlit.com verfügbar.

Über das CWT Travel Management Institute

Das CWT Travel Management Institute wurde im Jahr 2005 ins Leben gerufen, um die Hauptansatzpunkte für ein effektives Travel Management eingehend zu untersuchen. So unterstützt es die Kunden dabei, den größtmöglichen Nutzen und Mehrwert für ihr Reiseprogramm abzuleiten und anzuwenden. Unter Inanspruchnahme der weltweiten Ressourcen von CWT liefert das Institut regelmäßig branchenrelevante Informationen und „Best Practice“-Studien.

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ist einer der führenden Anbieter im Management von Geschäftsreisen. In rund 150 Ländern zählt CWT Konzerne, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Regierungsinstitutionen zu seinen Kunden. Durch die Expertise der Mitarbeiter und den Einsatz von Spitzentechnologien ermöglicht CWT seinen Kunden, den optimalen Nutzen aus ihrem Firmenreiseprogramm in Bezug auf Savings, Service und Security zu ziehen und bietet den Reisenden die beste Betreuung. CWT hat 22.000 Mitarbeiter weltweit. Im Jahr 2006 erwirtschaftete Carlson Wagonlit Travel mit Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint Ventures einen globalen Pro-forma-Umsatz von 20,5 Mrd. USD. www.carlsonwagonlit.ch.

Presse Sprecher:

Walter Ruggli
Carlson Wagonlit Travel
Tel: +41 44 215 15 50
[wruggli@carlsonwagonlit.ch](mailto:wrugli@carlsonwagonlit.ch)

Pressekontakt:

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