

pressemitteilung

Carlson Wagonlit Travel verzeichnet 2006 weltweit Rekordumsatz

- *Pro-forma-Umsatz von 20,5 Milliarden USD erzielt, Verdoppelung seit 2003*
- *Umsatz durch Neukundengeschäft von nahezu 2 Milliarden USD, 45 Prozent Zunahme gegenüber 2005*
- *Signifikante Steigerungen in den vier Geschäftsbereichen von CWT*

PARIS, 29. MÄRZ 2007 — Carlson Wagonlit Travel (CWT), der weltweit zweitgrößte Geschäftsreiseanbieter, erreichte ein beachtenswertes Wachstum in 2006 sowie wichtige Fortschritte in seinen vier Geschäftsfeldern. Den weltweit vermittelten Umsatz¹ steigerte CWT um 22 Prozent und erreichte ein Volumen von 17,6 Milliarden USD. Der Pro-forma-Umsatz auf einer 12-Monats-Basis inklusive den Navigant International Umsätzen beläuft sich auf 20,5 Milliarden USD und konnte gegenüber dem Vorjahr - unter Voraussetzung einer konstanten Währungsbasis - um 9 Prozent erhöht werden. Dies spiegelt sowohl die positive Entwicklung des globalen Geschäftsreisemarkts als auch das organische Wachstum des Unternehmens wider.

Ausschlaggebend für das erfolgreiche Geschäftsjahr waren eine weiterhin starke Kundenbindung sowie enorme Gewinne im Neukundengeschäft, welches mit 1,94 Milliarden USD (ausschließlich Neuverträgen mit Bestandskunden und inklusive Navigant International) 45 Prozent über dem Vorjahr liegt und somit den höchsten Umsatz durch neue Kunden in der Geschichte von CWT aufweist. Bei den gewonnenen Firmen handelt es sich um Großkonzerne, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Regierungsinstitutionen.

Das höchste Umsatzwachstum (auf konstanter Währungsbasis) verzeichneten 2006 die USA (50 Prozent), Australien (46 Prozent), Russland (37 Prozent), China (36 Prozent) und Indien (29 Prozent). CWT ist die umsatzstärkste Travel Management Company in Europa, Asien-Pazifik und Lateinamerika sowie Nummer Zwei in Nordamerika.

Hubert Joly, weltweiter Präsident und CEO, über das Jahresergebnis von CWT: „2006 war ein hervorragendes Jahr für CWT, welches von der Akquisition von Navigant International geprägt war. Wir sind mehr als zufrieden mit den Fortschritten der Integration, welche die Stärken beider Unternehmen miteinander verbindet. Unser weltweiter Fokus liegt weiterhin auf der Zufriedenheit unserer Kunden sowie dem kontinuierlichen Ausbau des Mehrwerts unserer professionellen Dienstleistungen.“

¹ Umsatz von CWT Niederlassungen in ganzheitlichem Besitz und Joint Ventures (ausschließlich Franchise-Niederlassungen und nicht fakturierte Umsätze)

Signifikante Steigerungen in den vier Geschäftsbereichen von CWT

CWT konnte den Ausbau seiner vier Kernbereiche in 2006 deutlich vorantreiben: Traveler & Transaction Services, Program Optimization, Safety & Security, Meetings & Events.

1. Traveler & Transaction Services. CWT baute in 2006 weiterhin die Effizienz mittels Online-Buchungen für seine Kunden aus. So wurde die höchste Steigerung an Online-Transaktionen in Europa (80 Prozent), gefolgt von Australien (70 Prozent) und den USA (13 Prozent) generiert. Erstmals implementierte CWT in 2006 Online-Buchungssysteme in Japan und China.

Im Hotelbereich konnte CWT ein Umsatzwachstum von 17 Prozent erzielen. Travel Manager erkannten vermehrt, dass die Integration der Hotelbuchungen in das Firmenreiseprogramm zu Einsparungen und einer erhöhten Sicherheit, z. B. durch die Lokalisierung der Reisenden, führt. CWT bietet für Hotelbuchungen die optimalen technologischen Voraussetzungen, beispielsweise mit der über 140.000 Hotels umfassenden globalen Datenbank *CWT HARP*. Unabhängige Studien betonten die Wettbewerbsfähigkeit des CWT Hotelangebots bezüglich der Raten, Verfügbarkeiten und der Flexibilität.

In 2006 standen auch die globalen CWT Produkte im Vordergrund. So ist *CWT Portal*, das webbasierte Geschäftsreiseportal für Reisende und Travel Manager, nun in 12 Sprachen verfügbar. Insgesamt nahmen im Vorjahr 1,5 Millionen Nutzer in 75 Ländern die Vorteile des innovativen Portals in Anspruch. Das Online-Profilmanagementsystem *CWT Portrait* stand bis Ende 2006 bereits in 43 Ländern zur Verfügung. Insgesamt waren zu diesem Zeitpunkt 1,7 Millionen Reisendenprofile gespeichert, was einer Steigerung gegenüber 2005 von 82 Prozent entspricht. Auch das bislang nur in Nordamerika verfügbare Produkt für mobile Services *CWT Freedom* wurde im vergangenen Jahr um Zusatzfunktionen erweitert. So werden nun automatisch Flug-Reisepläne sowie Hotel-, Mietwagen und Zielgebietsinformationen an Anwendungen der Reisenden, wie z. B. Microsoft Outlook und Mobilfunkgeräte (einschließlich Smart Phone, BlackBerry, Palm und Pocket PC) übermittelt. In 2007 wird *CWT Freedom* weiterentwickelt und global eingeführt.

2. Program Optimization. Rund 1.000 CWT-Berater, darunter Program Manager sowie Fachexperten in den Bereichen Technologie, Einkauf sowie Buchung und Fulfillment, trugen zu einer Steigerung der Erlöse im Beratungsgeschäft um 12 Prozent bei. Insgesamt machen die Erlöse aus dem Beratungsgeschäft 10 Prozent der Gesamterlöse von CWT aus. Die *CWT Solutions Group* expandierte 2006 ihre Serviceleistungen in den asiatisch-pazifischen Raum.

Im vergangenen Jahr wurde das *CWT Diagnostic Tool* eingeführt, um anhand der von CWT ermittelten acht Hauptfaktoren für effektives Travel Management² die Reiseausgaben der Firmenkunden mit Hilfe von Benchmarking zu messen und zu optimieren. Über 300 Kunden haben bereits die Hilfe von CWT Program Managern in Anspruch genommen und gemeinsam ihr Firmenreiseprogramm evaluiert, Verbesserungspotenzial aufgedeckt, Leistungsziele definiert und Aktionspläne

² Acht Hauptfaktoren für effektives Travel Management: weltweite Akzeptanz von Onlinebuchungen und Prozessoptimierung vorantreiben, Hotelausgaben professionell und vollständig erfassen, Events und Meetings als Ziel für Einsparungen erkennen, Flugausgaben weiter optimieren, Schwachstellen des Firmenreiseprogramms überwachen und beseitigen, globale Konsolidierung des Travel Managements weiter ausbauen, Sicherheitsaspekte weiter fokussieren, messbare Leistungsindikatoren entwickeln.

aufgestellt.

In 2006 wurde eine Testphase des *CWT Program Management Center* durchgeführt, welches im zweiten Quartal 2007 global implementiert wird und Travel Managern auf einen Blick alle nötigen Informationen nach eigenen Prioritäten und Parametern zur Optimierung des Geschäftsreisebudgets zur Verfügung stellt. Anpassbare Graphiken zur Messung definierter Leistungsindikatoren gepaart mit integrierten Daten unterschiedlicher Quellen – Pre-Trip und Post-Trip Informationen sowie Kreditkartendaten – sind nur einige Funktionen, die diese Online-Lösung bietet.

Das *CWT Travel Management Institute* veröffentlichte im Vorjahr profunde Studien in Anlehnung an die acht Hauptfaktoren für ein effektives Travel Management. Erste Veröffentlichungen waren das Handbuch „Effektives Travel Management“ sowie die Studien „Toward Excellence in Online Booking“ und „Globale Horizonte: Die Konsolidierung eines Firmenreiseprogramms“.

Auch in Sachen Umweltschutz war CWT für seine Kunden aktiv und bietet seit 2006, ein Reporting über die Messung der CO₂-Emissionen an. Noch im ersten Halbjahr 2007 wird der *CWT Carbon Calculator* eingeführt, der bereits zum Buchungszeitpunkt die CO₂-Emission der unterschiedlichen Reiseoptionen vergleicht.

3. Safety and Security. CWT unterzeichnete 2006 ein Reseller-Abkommen mit iJET, einem führenden Anbieter von Risiko Management-Technologien und Serviceleistungen, um innerhalb des Sicherheitskonzepts *CWT Guardian* seinen Kunden weitere Sicherheitsdienstleistungen bieten zu können. Diese umfassen reisespezifische Informationen vor, während und bis 30 Tage nach der Reise, sofortige Warnhinweise zum Zeitpunkt eines Ereignisses und die Möglichkeit für die Travel Manager Reisende zu lokalisieren und unterwegs im Krisenfall zu kontaktieren.

4. Meetings and Events. 9.000 Events mit 570.000 Teilnehmern organisierte CWT alleine im vergangenen Jahr. Insgesamt führen 650 Spezialisten in 50 Ländern Meetings und Events mit dem Ziel durch, die höchste Zufriedenheit der Kunden und Teilnehmer zu erlangen. Sie unterstützen die Kunden dabei, Standards und Best Practices einzusetzen, welche sich durchschnittlich in Einsparungen von 10-15 Prozent niederschlagen. In 2007 wird die *CWT Solutions Group* Benchmarking-Analysen auch im Bereich Meetings und Events anbieten. Des Weiteren wird ein Abkommen mit Carlson Marketing, einem weltweit führenden Marketing Anbieter, angestrebt, um gemeinsam Veranstaltungen auf höchstem Niveau zu planen und durchzuführen.

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.

Pressesprecher:

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

Pressekontakt:

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