

Carlson Wagonlit Travel gibt starkes Wachstum in der ersten Jahreshälfte 2007 bekannt

PARIS, 27. SEPTEMBER 2007 – Carlson Wagonlit Travel (CWT), der weltweit zweitgrößte Geschäftsreiseanbieter, gab heute ein starkes Umsatzwachstum für die erste Jahreshälfte 2007 sowie Rekordumsatz beim Neukundengeschäft bekannt:

- Umsatzsteigerung um 45 Prozent auf 11,1 Milliarden USD in der ersten Jahreshälfte 2007¹ im Vergleich zum Vorjahreszeitraum
- Neukundengeschäft – ohne Ausschreibungen von Bestandskunden – überschreitet 2,2 Milliarden USD bis einschließlich August und liegt somit 69 Prozent über der Vorjahresperiode

Hubert Joly, weltweiter Präsident und CEO von CWT, über diese Ergebnisse: „Das Wachstum von CWT in der ersten Jahreshälfte ist das Resultat von drei Faktoren: eine stabile Branche gestützt durch weltweites Wirtschaftswachstum und einer zunehmenden Globalisierung, positive Auswirkungen der Akquisition und erfolgreichen Integration von Navigant sowie unsere erfolgreiche Unternehmensstrategie, die sich auf ein effektives Travel Management für Unternehmen und Regierungsinstitutionen rund um die Welt konzentriert. Wir freuen uns sehr über das Vertrauen und die Unterstützung unserer Kunden.“

Umsatzwachstum nach Regionen

CWT verzeichnete weltweit ein Umsatzwachstum, wobei die größte Steigerung in den USA realisiert wurde (104 Prozent). Hier wirkte sich die Akquisition von Navigant International im August 2006 und die erfolgreiche Integration besonders positiv aus. Signifikantes Wachstum wurde auch in Australien (86 Prozent), Großbritannien (33 Prozent), Indien (31 Prozent), Russland (29 Prozent) und China (25 Prozent) erreicht.

Neukundengeschäft

Fast 40 Prozent des Neukundengeschäfts gehen auf globale Großunternehmen zurück, die ihr Firmenreiseprogramm konsolidieren, um größere Einsparungen und ein effektiveres Travel Management zu realisieren. Das Neukundengeschäft beinhaltet unter anderem folgende Unternehmen: Bayer, Continental und Terex. Das übrige Neukundengeschäft geht sowohl auf kleine und mittelständische Unternehmen als auch auf Regierungsinstitutionen wie das U.S. Department of Justice oder das HM Revenue & Customs in Großbritannien zurück.

Neue Akquisitionen

Kurz nach der Akquisition von Navigant International stärkte CWT seine Führungsposition in zwei strategischen Märkten: Im Juli wurde CWT der Mehrheitsaktionär seines indischen Joint Ventures, als sich seine Beteiligung von 50 auf 76 Prozent der Anteile erhöhte. Die Übernahme von Preferred Travel in

¹ erwirtschafteter Umsatz von Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft ohne Joint Ventures

Massachusetts im August repräsentiert einen weiteren Meilenstein im Wachstum des Unternehmens in den USA.

Bedeutende Schritte bei den Produkten und Services von CWT

Während des ersten Halbjahres 2007 hat CWT einige seiner Schlüsselkompetenzen ausgebaut. CWTs Wachstum geht auch auf das Erreichen einer Balance zwischen der Optimierung des Firmenreiseprogramms einerseits und den Bedürfnissen der Reisenden andererseits zurück.

1. Traveler & Transaction Services: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielte CWT in Europa 55 Prozent Zuwachs an Onlinetransaktionen. In der Region Asien-Pazifik wuchs dieser Bereich auf 26 Prozent in der ersten Jahreshälfte 2007, verglichen mit 12 Prozent in der ersten Jahreshälfte 2006. In Japan und China werden die marktspezifischen CWT-Tools sehr schnell adaptiert. So konnte ein weltweit agierendes High-Tech-Unternehmen in China innerhalb von zwei Monaten eine Onlinebuchungsrate von 82 Prozent erreichen.

2. Program Optimization: Im Mai wurde auf globaler Ebene das *CWT Program Management Center* eingeführt, um Travel Managern und Einkäufern von Reisedienstleistungen komfortablen Zugang zu allen notwendigen Informationen zur Optimierung ihres Geschäftsreiseprogramms zu geben. Bis heute nutzen über 10.000 Kunden in 60 Ländern diese webbasierte Informationsquelle. Kernstück des *CWT Program Management Center* ist ein Reporting Center, das in verschiedenen Sprachen und Währungen verfügbar ist und dessen Auswertungen Kunden auf ihre Bedürfnisse zuschneiden können. Eine Zoom-in/Zoom-out-Funktion nach Region stellt unmittelbare Daten und Reports pro Land, Kontinent oder global zur Verfügung, die mehr als 140 Länder einschließen. Zentraler Zugang zu Warnhinweisen und zu Reports zur Lokalisierung von Reisenden ermöglichen Travel Managern, Sicherheitsfragen besser anzugehen und falls nötig, Reisende in entsprechenden Notfallsituationen schneller betreuen zu können. CO₂-Post-Trip-Reports helfen Firmen beim CO₂-Management und beim Ausgleich von CO₂-Emissionen. Diese Reports ergänzen den Pre-Trip-CO₂-Rechner, der im zweiten Quartal 2007 in *CWT Portal* integriert wurde. Der Pre-Trip-CO₂-Rechner ermöglicht es Reisenden, bei der Buchung eine Entscheidung über das Reisemittel zu treffen, die Umweltaspekte einbezieht.

Mit dem *CWT Diagnostic Tool* wurden in diesem Jahr bereits Benchmarking-Daten von fast 430 CWT-Kunden aus 22 Ländern ermittelt. CWT misst hierbei die Leistung des jeweiligen Kunden in Bezug auf jeden der acht Ansatzpunkte für ein effektives Travel Management², identifiziert Verbesserungspotenzial und entwickelt Prioritäten

² Bestmöglichen Service für Geschäftsreisende und optimierte Transaktionsprozesse bieten; Hotelausgaben erfassen; Flug- und Bahnausgaben weiter optimieren; Einhaltung des Firmenreiseprogramms verbessern; Konsolidierung des Travel Managements vorantreiben; Sicherheit auf höchstem Niveau bieten und als Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen; Einsparungen bei Meetings und Events erzielen; messbare Leistungsindikatoren entwickeln.

und Aktionspläne. Das Benchmarking erlaubt größere Vergleichbarkeit, Analyse und die Implementierung von Best Practices und optimierten Lösungen.

3. Meetings & Events: Eine stetig steigende Anzahl von Kunden aus verschiedenen Branchen wendet sich an CWT, um Events und Meetings organisieren zu lassen und Richtlinien und Praktiken zu implementieren, die sie in die Lage versetzen, ihre Ausgaben in diesem Sektor zu optimieren. Im ersten Halbjahr 2007 war das Wachstum in diesem Sektor in Europa besonders signifikant. CWT generierte hier einen Umsatz von 189 Millionen USD, ein Anstieg von 27 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Um seinen Kunden die Auswahl der kosteneffektivsten Lokation für Meetings und Events zu erleichtern, implementierte CWT den *Air Analysis, Booking and Reporting Service*. Ist einmal ein Veranstaltungsort ausgewählt, bucht CWT Flüge und stellt die Tickets zentralisiert aus, was einen häufig komplizierten Prozess vereinfacht. Konsolidierte globale Daten und Reports fließen in diesen Service ein.

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ist einer der führenden Anbieter im Management von Geschäftsreisen. In rund 150 Ländern zählt CWT Konzerne, kleine und mittelständische Unternehmen, Regierungsinstitutionen sowie nichtstaatliche Organisationen 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. Die Dienstleistungen und Lösungen von CWT umfassen folgende Kategorien: Traveler & Transaction Services, Program Optimization, Safety & Security sowie Meetings & Events. CWT hat 22.000 Mitarbeiter weltweit. Im Jahr 2006 erwirtschaftete Carlson Wagonlit Travel mit Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint Ventures einen globalen Proforma-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 15 65
nstubbe@carlsonwagonlit.ch