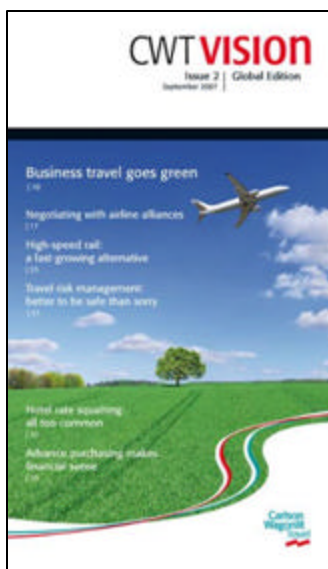


Carlson Wagonlit Travel lanciert neue globale Publikation für Kunden

CWT Vision hilft Travel Managern größeren Mehrwert aus ihrem Reiseprogramm abzuleiten

PARIS, 16. OKTOBER 2007 – Ein Reisender, der von London nach Perth und zurück fliegt, produziert genauso viel Kohlenstoffdioxid wie ein durchschnittlicher Einwohner Großbritanniens im ganzen Jahr. Die erfolgreichen Verhandlungen mit Airline-Allianzen können sich in monetären sowie weiteren Vorteilen für das Firmenreiseprogramm niederschlagen. Hochgeschwindigkeitszüge sind in über 90 Prozent der Fälle pünktlich sowie sicher, ökonomisch und umweltfreundlich.



Dieses sind nur einige der Erkenntnisse, die Carlson Wagonlit Travel (CWT), der zweitgrößte Geschäftsreiseanbieter weltweit, in der aktuellen Ausgabe der globalen Edition von *CWT Vision* präsentiert. Diese neue Reihe wurde kürzlich von CWT eingeführt, um Travel Management-Profis dabei zu unterstützen, größeren Mehrwert aus ihren Reiseprogrammen zu erlangen.

CWT Vision analysiert Entwicklungen im Business Travel und ihre Auswirkungen auf das Travel Management. Zudem informiert die Publikation über Best Practices und gibt handlungsbezogene Einblicke in diesen sich schnell verändernden Industriezweig.

Das regelmäßig erscheinende Magazin, das vom CWT Travel Management Institute publiziert wird, bietet eine Vielzahl von Beiträgen, die von den verschiedenen Experten des Unternehmens verfasst werden. Zudem beinhaltet es Interviews mit und Meinungen von führenden Branchenexperten. Viele der Artikel basieren auf Originalstudien des CWT Travel Management Institute.

CWT Vision erscheint dreimal jährlich im Januar, Mai und September. Die Publikation steht unter: www.carlsonwagonlit.ch (CWT News & Media/CWT Studies) in englischer Sprache zur Verfügung.

Gerne führen die Mitwirkenden ein persönliches Interview mit Ihnen. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an Ihren nationalen Pressekontakt.

Über das CWT Travel Management Institute

Das CWT Travel Management Institute untersucht fundiert Praktiken des effektiven Travel Management, um Kunden weltweit dabei zu unterstützen, den größten Mehrwert mit ihrem Firmenreiseprogramm zu erzielen. Hierbei greift das CWT Travel Management Institute auf die globalen Ressourcen von Carlson Wagonlit Travel zurück. Ziel ist es, regelmäßig Business Intelligence und Best Practices zu liefern, die handlungsbezogene Einblicke in die von CWT identifizierten acht Ansatzpunkte für ein effektives Travel Management geben¹. Zu diesem Zweck gibt das CWT Travel Management Institute eigene Untersuchungen, White Papers und Fallstudien sowie das dreimal jährlich erscheinende Magazin *CWT Vision* heraus. Jüngste Veröffentlichungen beinhalten: *Globale Horizonte: Die Konsolidierung eines Firmenreiseprogramms* (2007), *Toward excellence in online booking* (2006), *Effektives Travel Management: Acht Ansatzpunkte für Erfolg in einem dynamischen Umfeld* (2005).

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 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 15 65
nstubbe@carlsonwagonlit.ch

¹ Traveler & Transaction Services; Hotelausgaben; Flug- und Bahnausgaben; Einhaltung des Firmenreiseprogramms; Konsolidierung; Sicherheit und soziale Verantwortung; Meetings & Events; messbare Leistungsindikatoren.

CWT Vision, Ausgabe 2 (September 2007): unsere Sachgebietsexperten

Themen und Verfasser von *CWT Vision*, Ausgabe 2 sind:



Christophe Renard

Senior Director, CWT Travel Management Institute

“Business Travel Drives Economic Growth” (editorial)



David Tibbles

Global Product Director, Online Booking and Environment, CWT

“Responsible Business Travel: A Pragmatic Approach” – What impact does business travel have on the environment and how can travel managers turn their travel programs green?



Guillaume Bizet

Director, CWT Air Solutions Group, Europe, Middle East and Africa

“Air Alliances: How to Benefit” – Alliances can offer soft- and hard-dollar benefits for business travel programs when the conditions are right.



Hervé Bellaïche

Director, Account Management and Program Optimization, CWT France

“On Track for Benefits: High-Speed Rail and Business Travel” – How rail can help companies optimize their travel program.



Peter Brady

Vice President, Traveler and Transaction Services – Global Product Management, CWT

“Effective Risk Management: Safe, Not Sorry” – Why companies need to proactively manage travel risks as part of their overall risk management efforts.



Richard Verreault

Manager, Hotel Distribution and Sales Development, CWT

“Watch Out: Rate Squatters About!” – Regular GDS hotel rate audits can help companies better manage the risk of rate ‘squatting’ and its impact on their travel program.



Joe Blankush

CWT Solutions Group North America

“A Strong Case for Advance-Purchase Airfares” – A CWT study of the company’s top 100 clients in North America confirms that advance purchasing consistently brings savings on airfares, even when the cost of exchanging tickets is taken into account.