

Anhang Pressemitteilung „Umsatz und Neukundengeschäft bei Carlson Wagonlit Travel 2007 auf ein historisches Hoch gestiegen“

Bedeutende Entwicklungen in allen vier Geschäftsfeldern

CWT setzte die Weiterentwicklung seiner Produkte und Leistungen in allen vier Geschäftsfeldern fort und ermöglichte es Kunden und ihren Reisenden, die Komplexität und die Anforderungen an Geschäftsreisen besser zu bewältigen.

- 1. Traveler & Transaction Services.** CWT entwickelt und integriert gleichermaßen Onlinebuchungssysteme der Spitzenklasse und hat damit die Onlinenutzung für seine Kunden weiter gesteigert. Während die Nutzungsrate der Onlinebuchung in den Vereinigten Staaten weiterhin bei etwa 41 Prozent liegt (Anteil aller online getätigten CWT-Transaktionen), hat sie in Japan und Australien fast 30 Prozent erreicht. In China liegt sie jetzt bei 14 Prozent und bei 11 Prozent in Europa, wo sie im Jahresvergleich um 45 Prozent wuchs.

2007 wurde *CWT Portal* neu gestaltet, der zentrale, webbasierte Zugang für Reisende und Travel Manager zu allen CWT-Onlineservices. CWT verbesserte Inhalte und Funktionen seines globalen – in 11 Sprachen verfügbaren – Portals, das die Einhaltung von Firmenreiseprogrammen verbessert und der Erhöhung der Produktivität dient. Heute sind zur Bedienung von Kundenanforderungen sieben Onlinebuchungssysteme und fast ein Dutzend webbasierte CWT-Tools in das Portal integriert. Auch die Navigation wurde deutlich verbessert. Darüber hinaus wurden die Möglichkeiten zum Einstellen von Inhalten für Reisende vereinfacht, sodass Travel Manager in der Lage sind, ihre Reiserichtlinien leicht zu aktualisieren und/oder die Informationen für die Nutzer in ihrem Unternehmen anzupassen. Reisende haben außerdem umgehenden Zugang zu Gesundheits- und Sicherheitswarnungen sowie Zielgebietsinformationen, was ihnen unterwegs zu höherer Sicherheit und Produktivität verhilft. Außerdem können sie sich für den Empfang von Flughinweisen, die Verzögerungen oder Annullierungen bekannt geben, per E-Mail oder SMS (mobile Textnachrichten) registrieren.

CWT setzte die Implementierung der VoIP -Technik (*Voice over Internet Protocol*) in den Business Travel Centern fort, um Effizienz, Flexibilität und die Leistungsmessung weiter zu verbessern. Das Unternehmen hat auch drei neue regionale Center in Kanada, Indien und Polen als weitere Betreuungsform für globale Kunden eröffnet.

CWT hat das Volumen an Hotelbuchungen 2007 auf 3,6 Mrd. USD gesteigert, was im Jahresvergleich ein Pro-forma -Wachstum von 19 Prozent ergibt. Kunden stellen zunehmend fest, dass die Integration der Hotelausgaben in ihr Firmenreiseprogramm zu Einsparungen führt und das Lokalisieren von Reisenden in einem Notfall erleichtert. Eine ausführliche Studie¹ zum Vergleich von Hotelbuchungskanälen zeigte, dass CWT in Bezug auf den Preis der konkurrenzfähigste Mitbewerber war. CWT hat in seinem Bestreben, die Effizienz seines Hotelgeschäfts zu steigern und den

¹ Die in der Vergleichsstudie verwendeten Buchungskanäle waren: CWT; Telefonanrufe beim Hotel; Hotelwebsites und die Internetagenturen Expedia.com, Travelocity.com, HRS.com, Hotel.com und Kayak.com. Insgesamt wurden 262 Preisfragen an 47 Hotels in 25 Städten und 19 Ländern weltweit gestellt. Jede Anfrage wurde am gleichen Tag über jeden der Buchungskanäle und unter gleichen Bedingungen (z. B. Aufenthaltsdauer und inbegriffenes Frühstück) getätigt.

Kundenbedürfnissen besser gerecht zu werden, in Frankreich, Italien und Großbritannien eigene Center für Hotelbuchungen eingerichtet. Darüber hinaus verfügt CWT HARP, die Hoteldatenbank des Unternehmens, über mehr als 160.000 Einträge, was sie zur größten Bezugsquelle ihrer Art macht.

2. **Program Optimization.** CWT führte im April 2007 das preisgekrönte *CWT Program Management Center* ein. Es wird von mehr als 13.000 Travel Managern in fast 100 Ländern eingesetzt und ermöglicht ihnen, ihre Aktivitäten zu vereinfachen und zu priorisieren sowie ihr Reiseprogramm effektiver zu verwalten. Dieses zentrale, mehrsprachige, für mehrere Währungen ausgelegte, webbasierte Portal bietet Travel Managern einfachen Zugang zu allen zur Optimierung eines Reiseprogramms benötigten Informationen und Leistungskennzahlen. Zu den Schlüsselfunktionen gehören: kundenindividuelle Datenübersichten, Zoom-in-/Zoom-out-Funktion nach geografischer Lage und Firmenhierarchie (z. B. unternehmensweit, nach Geschäftsbereich, Abteilung oder individuellem Reisenden), Reportingtools für Kohlenstoffemissionen, Gesundheits- und Sicherheitshinweise für Reisende und eine interaktive Karte zum Lokalisieren von durch Ereignisse oder Notfälle betroffene Reisende. Aufgrund seiner branchenführenden Eigenschaften gewann das *CWT Program Management Center* kürzlich einen Innovationspreis auf der Business Travel Show 2008 in London.

Zur Verbesserung der Einhaltung von Reiserichtlinien wurde der *CWT Policy Messenger* in das *CWT Program Management Center* integriert. Travel Manager haben somit ein Tool zur Verfügung, mit dem sie Reisende, die sich nicht an die Richtlinien halten, identifizieren und mit ihnen kommunizieren können. Das *CWT Travel Management Institute* hat außerdem eine fundierte Untersuchung durchgeführt, um Kunden bei der Verbesserung ihrer Reiserichtlinien und deren Einhaltung zu unterstützen. Die Studienergebnisse werden in *Spiel nach Regeln: Optimierung von Reiserichtlinien und ihrer Einhaltung* im März dieses Jahres vorgestellt.

Im Jahr 2007 hat CWT außerdem seine Program Optimization Services um Expertenteams zu Transportmitteln und Meetings & Events erweitert.

3. **Safety & Security.** CWT hat seinen Krisenmeldeprozess im letzten Jahr 23-mal aktiviert und es so seinen Kunden ermöglicht, ihre Fürsorgepflicht gegenüber Reisenden effektiv wahrzunehmen. Jedes Mal wurden die neuesten Nachrichten eines potenziell lebensbedrohlichen Ereignisses, von dem durch CWT betreute Reisende betroffen hätten sein können, an Kunden und entsprechende CWT-Mitarbeiter auf der ganzen Welt versendet.
4. **Meetings & Events.** CWT hat den Umsatz im Bereich Meetings & Events in Europa auf fast 400 Mio. USD gesteigert – ein Anstieg von 26 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.