

CWT-Volumen wächst im ersten Halbjahr um nahezu 17 Prozent

Wirtschaftliche Erholung fördert die Nachfrage nach Optimierung der Reiseprozesse und des Managements von Meetings und Events

Paris, 30. Juli 2010 – Carlson Wagonlit Travel (CWT), ein weltweit führender Anbieter im Geschäftsreisemanagement, wickelte während der ersten sechs Monate des Jahres 2010 fast 29,4 Millionen Transaktionen¹ ab. Das entspricht einer Zunahme um 13,2 Prozent im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres. Der vermittelte Umsatz belief sich auf 12,3 Milliarden US-Dollar² (9,5 Milliarden Euro), was eine Zunahme von 16,6 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist.

Das Ergebnis variierte dabei von Region zu Region. Die größten Zuwächse kamen aus Lateinamerika (+48,1 Prozent) und der Region Asien/Pazifik (+43,5 Prozent). In Nordamerika stieg der vermittelte Umsatz um 18,2 Prozent, während die Region EMEA (Europa, der Nahe Osten und Afrika) auf ein geringeres Wachstum kam (+7,7 Prozent), was die langsamere wirtschaftliche Erholung dieser Region spiegelt.

CWT erzielte zudem ein Neugeschäft von 781 Millionen US-Dollar (602 Millionen Euro; ohne Verlängerungen bestehender Verträge). Die Kundenbindungsquote blieb unverändert stark bei 96 Prozent.

„Die Unternehmen reisen wieder, aber wenn wir die Zahlen für die ersten sechs Monate dieses Jahres mit denen der ersten Hälfte 2008 vergleichen, dann hat das Geschäft noch nicht das Volumen erreicht, das es vor der Rezession hatte“, sagt Douglas Anderson, President und Chief Executive Officer von CWT. „Dennoch sehen wir ganz klar, dass den Unternehmen die Bedeutung von Geschäftsreisen, Meetings und Events für das Erreichen ihrer Unternehmensziele bekannt ist. Die Geschäftsstrategie unserer Kunden unterstützend engagiert sich CWT mehr denn je für effiziente und innovative Lösungen.“

Auch im Geschäftsbereich Meetings und Events registrierte CWT in der ersten Hälfte 2010 Zeichen des wirtschaftlichen Aufschwungs. In Europa beispielsweise halten Kunden 30 Prozent ihrer Tagungen außerhalb ihres Heimatlandes ab, verglichen zu 20 Prozent im Jahr zuvor. Zu den beliebtesten Destinationen zählen dabei Barcelona, Madrid, Nizza, Paris und Rom. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Teilnehmer und Tag liegen jetzt bei 175 Euro – im Vergleich zu 150 Euro im vorigen Jahr. Der Anteil der Stornierungen sank von 15 auf zehn Prozent.

¹ Inklusiv Flug, Hotel und sonstige Transportmittel von CWT-Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint-Ventures.

² Effektive Umsätze, umgerechnet zu den aktuellen Wechselkursen; inklusive Flug, Hotel und sonstige Transportmitteln von CWT-Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint-Ventures.

Laut Douglas Anderson suchen Kunden weltweit zunehmend nach „Einsparungen kombiniert mit nachhaltig positiver Wirkung“. Daher verfolgen sie nicht nur für ihre Geschäftsreisen eine strategischere Herangehensweise, sondern auch für ihre Meeting- und Eventausgaben. Das umfasst die Einführung eigener Richtlinien, die Konsolidierung interner Teams und der Leistungsträger, ein optimiertes Reporting sowie effektivere Prozesse und Technologien. „Die Unternehmen stellen fest, dass Meetings und Events für eine positive Geschäftsentwicklung unerlässlich sind. Deshalb wollen sie auch in diesem Bereich einen größtmöglichen Return on Investment erzielen, indem sie gleichzeitig Einsparungen, Zufriedenheit und Effektivität in diesem Bereich vorantreiben“, sagt Anderson.

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ist ein führender 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, Security & Sustainability“ 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. Im Jahr 2009 erwirtschaftete Carlson Wagonlit Travel mit Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint Ventures einen globalen Umsatz von 21,4 Mrd. USD. www.carlsonwagonlit.ch.

Pressekontakt :

Christophe Champion
Manager Marketing & Communications Schweiz
Carlson Wagonlit Travel
Tel.: +41 (0)58 322 16 01
cchampion@carlsonwagonlit.ch