



Carlson Wagonlit Travel Schweiz Presseinformationen 2008

Pressesprecher:

Carlson Wagonlit Travel

Walter Ruggli, General Manager & Director Operations Switzerland

Tel.: +41 58 322 10 00, Fax: +41 44 210 28 56

Email: wругgli@carlsonwagonlit.ch

Pressekontakt:

Carlson Wagonlit Travel

Nja Stubbe, Manager Marketing & Communications Switzerland

Tel.: +41 58 322 16 01, Fax: +41 44 210 28 56

Email: nstubbe@carlsonwagonlit.ch

Zürich | Im Februar 2008

Copyright © 2008 CWT

**Carlson
Wagonlit
Travel**


Carlson Wagonlit Travel weltweit

Zahlen und Fakten

Weltweiter Präsident & CEO Hubert Joly (bis 29.02.2008)

Eigner Carlson Companies, ein weltweit führender Anbieter von Reisen, Hotels, Restaurants und Marketingdienstleistungen mit Sitz in Minneapolis, Minnesota (USA), hält 55 Prozent der Anteile an CWT (www.carlson.com). One Equity Partners (OEP), ein Tochterunternehmen für privates Beteiligungskapital von JPMorgan Chase & Co mit Büros in New York, Chicago und Frankfurt, hält die restlichen 45 Prozent an CWT (www.oneequity.com).

Kerngeschäft Carlson Wagonlit Travel ist ein weltweit führender Spezialist im Geschäftsreisemanagement. CWT unterstützt Unternehmen aller Größen wie auch Regierungsinstitutionen und nicht staatliche Organisationen bei der Optimierung ihres Travel Managements. Dabei leistet CWT herausragenden Service und erstklassige Betreuung von Reisenden. CWT setzt die Fähigkeiten und das Know-how seiner Mitarbeiter wirksam ein und stellt Spitzentechnologien zur Verfügung, um Kunden weltweit weitere Einsparungen zu ermöglichen und ihnen gleichzeitig Service und Sicherheit auf höchstem Niveau zu bieten.

Globaler Umsatz 2007 CWT erwirtschaftete mit Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint Ventures einen globalen Umsatz von 22 Mrd. USD.

Mitarbeiter Weltweit beschäftigt CWT über 22.000 Mitarbeiter.

Rangliste CWT ist weltweit der größte Geschäftsreiseanbieter. Unterteilt nach Regionen ist CWT die Nummer 1 in Europa, dem Nahen Osten und Afrika sowie in Lateinamerika und Asien-Pazifik und die Nummer 2 in Nordamerika.

Geografische Verbreitung CWT ist in mehr als 150 Ländern vertreten, davon in 39 Ländern mit Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint Ventures; in den verbleibenden 113 in Kooperation mit Partnern. Damit verfügt Carlson Wagonlit Travel über eines der ausgedehntesten Servicenetzwerke für Business Travel Management weltweit.

Kunden Das vielfältige Kundenportfolio umfasst große Konzerne ebenso wie kleine und mittlere Unternehmen und staatliche Einrichtungen. Über die Hälfte der Fortune-Global-100-Unternehmen sind Kunden von CWT.

Carlson Wagonlit Travel heute

■ 2008

- ▣ CWT gibt die Akquisition von Viajes MAPFRE bekannt. Die Transaktion schließt die Bereiche Geschäftsreisen, Meetings & Events sowie Touristik ein.
- ▣ Carlson ernannt Hubert Joly, CEO & President von CWT, ab dem 1. März 2008 zum neuen Präsidenten und CEO von Carlson. Marilyn Carlson Nelson bleibt Aufsichtsratsvorsitzende.
- ▣ CWT benennt neuen President EMEA and Latin America. Håkan Ericson löst Richard Lovell ab, der im März 2008 in den Ruhestand geht.
- ▣ CWT ist seit dem 1. Januar 2008 für das EMEA-weite (Europe, Middle East & Africa) Reisemanagement von BASF zuständig, nachdem CWT bereits seit 2005 der Reisebüropartner von BASF in der Region Asien-Pazifik ist.

■ 2007

- ▣ CWT schließt die Akquisition der Mehrheitsbeteiligung an Ark Travel AB (ARKT), einer schwedischen Travel Management Company, ab.
- ▣ CWT setzt seine Wachstumsstrategie mit der Akquisition von Preferred Travel Inc., einer lokalen Travel Management Company im Nordosten der USA, fort.
- ▣ CWT erreicht Mehrheitsbeteiligung an indischem Joint Venture durch Erhöhung seiner Anteile auf 76 Prozent.
- ▣ Einführung des CWT Program Management Center, eines selbst entwickelten webbasierten Tools zum zentralen Zugriff auf viele Funktionen und damit zur Unterstützung der reibungslosen Verwaltung des Firmenreiseprogramms.
- ▣ CWT UK stellt den Carbon Calculator vor: Mithilfe dieses Tools können umweltbewusste Unternehmen sich über die CO2-Emissionen informieren, die eine Reise voraussichtlich erzeugt.
- ▣ Hubert Joly und Mike Koetting gehören laut Business Travel News zu den „25 einflussreichsten Führungskräften der Geschäftsreisebranche“.

■ 2006

- ▣ CWT eröffnet im September ein regionales Reservierungszentrum für Lateinamerika in Buenos Aires, Argentinien.
- ▣ Im August schließt CWT die Akquisition von Navigant International ab, wodurch seine Größe in Nordamerika verdoppelt und die Präsenz in der Region Asien-Pazifik verstärkt werden.
- ▣ Ebenfalls im August ändert sich die Eigentümerstruktur von CWT: Carlson Companies und One Equity Partners (OEP) erwerben den 50-Prozent-Anteil von Accor an CWT. Carlson wird Mehrheitseigner und hält nun 55 Prozent der Anteile, während OEP die verbleibenden 45 Prozent besitzt.
- ▣ Im Mai unterzeichnet CWT eine globale Resellervereinbarung mit Amadeus zum Vertrieb des Online-Buchungssystems Amadeus e-Travel Management. Das System ist das am weitesten verbreitete für global verwaltete Reisen.
- ▣ Im März unterzeichnet CWT eine Resellervereinbarung mit GetThere, um CWT-Kunden weltweit mehr Flexibilität bei der Auswahl ihres Online-Buchungssystems zu bieten.

■ 2005

- ▣ Die geographische Expansion setzt sich mit den Akquisitionen der Geschäftsreiseparte von Raiffeisen Reisen Wien GmbH in Österreich, von Frantour in Frankreich sowie von CWT Brasilien und CWT Mexiko fort.
- ▣ Eröffnung des eCenter in Belfort, Frankreich.
- ▣ Bedeutende Erweiterungen und Aktualisierungen von globalen CWT-Produkten und -Services werden vorgenommen, dazu gehören:
 - ▣ Weltweite Aufstellung der CWT Solutions Group, der Beratungsdivision von CWT

- Globale Vereinbarung mit iJET für erweiterte Sicherheitsdienstleistungen und –produkte
- Einführung der Technologie „Direct Connect“ für Hotels – mit dieser erhalten Reisende und Reiseberater direkten Zugriff auf Informationen von Hotels
- Stärkung und Globalisierung unserer Prozesse und Systeme zur Informationsbereitstellung
- Erweiterung von CWT Discovery und Fortschritte bei der Implementierung eines zentralen Data Warehouse und einer gemeinsamen weltweiten Reportingplattform

■ 2004

- ▣ Hubert Joly wird im Juli zum President & CEO von CWT ernannt.
- ▣ Im März erwirbt CWT Maritz Corporate Travel in den USA, im Oktober ONboard in Deutschland. Dadurch demonstriert CWT sein beständiges Bekenntnis zu einer Führungsrolle im Rahmen der Konsolidierung der Geschäftsreisebranche.
- ▣ CWT akquiriert Protravel in Frankreich und integriert dessen Aktivitäten in den Bereichen Geschäftsreisen, Privatreisen sowie Gruppen- und Incentivereisen auf diesem strategischen Markt. Das neue Unternehmen wird zum größten Akteur auf dem französischen Reisemarkt.
- ▣ Das Joint Venture von CWT in China erweitert seine Aktivitäten auf Schanghai und Guangzhou, und für General Electric wird das erste nationale Callcenter eröffnet.

■ 2003

- ▣ CWT eröffnet sein erstes eCenter in Warschau, Polen. Diese neue Servicekonfiguration wurde geschaffen, um multinationale Kunden mit Geschäftsreisenden in mehreren europäischen Städten zentral von einem Business Travel Center aus zu bedienen.
- ▣ Durch das Joint Venture von CWT mit China Air Service entsteht Chinas erstes spezialisiertes Geschäftsreisebüro in Peking.
- ▣ Im Dezember unterzeichnet CWT eine Absichtserklärung, Protravel in Frankreich zu akquirieren und dessen Aktivitäten in den Bereichen Geschäftsreisen, Privatreisen sowie Gruppen- und Incentivereisen zu integrieren.

■ 2001

- ▣ CWT und Japan Travel Bureau gehen ein Joint Venture ein: JTB/CWT Business Travel Solutions.
- ▣ CWT erwirbt AC Travel in Deutschland und erreicht dadurch Position 3 auf diesem Markt.
- ▣ CWT geht eine Partnerschaft mit Concorde Travel ein, um ein Joint Venture in Südafrika zu bilden.

■ 2000

- ▣ Hervé Gourio wird im Oktober zum President & CEO ernannt.
- ▣ Das Netzwerk von CWT in der Region Asien–Pazifik wird durch eine Akquisition in Thailand und Joint Ventures in Indien und Indonesien verstärkt.

■ 1998

- ▣ CWT gründet die CWT Solutions Group, deren Experten Kunden beraten – vor allem bei der Auswahl und Anwendung neuer Technologien und beim strategischen Einkauf von Flug- und Hoteldienstleistungen.

Über 130 Jahre Erfahrung

■ 1997

- ▣ Carlson Travel Network in den USA und Wagonlit Travel in Europa fusionieren und bilden das Geschäftsreisennetzwerk Carlson Wagonlit Travel. Das neue Unternehmen ist der erste wirklich globale Anbieter von Reisedienstleistungen mit einem internationalen Management.

■ 1996

- ▣ CWT erweitert seine Aktivitäten auf Australien und Singapur.

■ 1995

- ▣ CWT fasst mit Akquisitionen in Hongkong und Japan Fuß auf dem asiatisch-pazifischen Markt.

■ 1994

- ▣ Carlson Companies, Inc. aus Minneapolis und die Accor-Gruppe aus Paris legen die Geschäftsreiseaktivitäten – Carlson Travel Network and Wagonlit Travel – unter dem Namen Carlson Wagonlit Travel zusammen.

■ 1993

- ▣ Wagons-Lits Travel ändert seinen Namen in Wagonlit Travel und konsolidiert sein Netzwerk, seine Produkte und Services für multinationale Unternehmen.

■ 1991

- ▣ Accor erwirbt die Compagnie des Wagons-Lits.
- ▣ Ask Mr. Foster Travel ändert seinen Namen in Carlson Travel Network, um von der Professionalität, der Stärke und den Synergien von Carlson Companies zu profitieren.

■ 1983

- ▣ Carlson Companies erwirbt P. Lawson Travel.

■ 1980

- ▣ Wagons-Lits Travel ist das erste Reisebüro in Europa, das Implants bzw. Reisebüros in den Räumlichkeiten von Kunden eröffnet. Das Unternehmen führt außerdem die verbreitete Nutzung von Computerreservierungssystemen ein und bietet europäischen Geschäftsreisenden globales Reporting an. Wagons-Lits Travel expandiert schnell durch bedeutende Akquisitionen in Dänemark, Spanien, Deutschland, Großbritannien und Osteuropa.
- ▣ Carlson Companies, Inc. erwirbt Ask Mr. Foster Travel mit mehr als 100 Niederlassungen und jährlichen Einnahmen von über 100 Millionen USD.

■ 1960

- ▣ Die Compagnie des Wagons-Lits erweitert ihre Geschäftsfelder in Richtung Tourismus und wird zu Wagons-Lits Travel, Europas größtem Reiseunternehmen.

■ 1957

- ▣ Ask Mr. Foster Travel geht in den Besitz von Donald Fischer und Thomas Orr über, die 157.000 USD für die Mehrheitsbeteiligung an dem Unternehmen bezahlen, das während und nach dem Zweiten Weltkrieg schwere Zeiten durchlebte.

■ 1928

- ▣ Aus Fahrkartenverkaufsstellen entstehen Full-Service-Agenturen von Wagons-Lits überall in Europa.

■ 1888

- ▣ Das Reisebüro Ask Mr. Foster Travel wird in St. Augustine, Florida, gegründet und ist damit eines der ältesten Reisebüros in den USA. Sein ungewöhnlicher Name geht auf Ward G. Foster, einen ortsansässigen Inhaber eines Ladens direkt neben dem Bahnhof zurück: Wenn Reisende in Hotels oder Geschäften nach Ankunfts- oder Abfahrtszeiten fragten, lautete die Antwort immer: „Ask Mr. Foster“.

■ 1872

- ▣ Der belgische Innovator Georges Nagelmackers hat ein Ziel: Reisende zu bedienen. Indem er Züge, die Europa durchqueren, mit Schlafwagen versieht, gründet er das Unternehmen Compagnie Internationale des Wagons-Lits – die internationale Schlafwagengesellschaft. Später führt er den Orient-Express ein.

Acht Erfolgsfaktoren für effektives Travel Management

CWT arbeitet eng mit seinen Kunden zusammen, um auf die komplexen Strukturen und Herausforderungen eines modernen Travel Managements zu reagieren und dabei gleichzeitig die Bedürfnisse und Erwartungen Reisender zu erfüllen. Für CWT ist Travel Management ein Unterfangen mit vielen Facetten. Dabei sieht CWT acht Ansatzpunkte, durch die Kostenoptimierung und gleichzeitig eine Verbesserung von Service und Sicherheit erreicht werden können:

1. Hervorragenden Service und bestmögliche Betreuung für Reisende sowie optimierte Transaktionen bieten
2. Hotelausgaben lückenlos und professionell erfassen
3. Ausgaben für Flüge und andere Transportmittel weiter optimieren
4. Einhaltung des Firmenreiseprogramms verbessern und Nachfragesteuerung optimieren
5. Konsolidierung des Travel Managements vorantreiben
6. Sicherheit bieten und als Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen
7. Meetings und Events in das Firmenreiseprogramm integrieren, um die Ausgaben hierfür zu optimieren
8. Aussagekräftige Datenübersichten und messbare Leistungsindikatoren entwickeln

Zusätzlich zu dem bereits veröffentlichten Handbuch „Effektives Travel Management“ wird das CWT Travel Management Institute jeden der acht Hauptansatzpunkte noch genauer untersuchen. Die ersten Studien „Toward excellence in online booking“ und „Global Horizons“ wurden bereits veröffentlicht und stehen ebenso wie der Leitfaden „Effektives Travel Management“ auf www.carlsonwagonlit.ch zur Verfügung. Die nächste veröffentlichte Studie wird sich mit der Einhaltung von Firmenreiseprogrammen befassen.

Die Produkte und Services von CWT lassen sich in vier Kategorien unterteilen

Als Partner von Unternehmen unterschiedlicher Größe sowie staatlichen und nicht staatlichen Einrichtungen weiß CWT, dass jeder Kunde seine ganz eigenen Anforderungen und Bedürfnisse hat. Daher arbeitet CWT mit jedem Unternehmen eng zusammen, um so genau die Lösungen zu finden und zu implementieren, die seinen jeweiligen Anforderungen, Herausforderungen und Zielen optimal entsprechen. CWT bietet zu diesem Zweck eine breite Palette von Produkten und Serviceleistungen an, mit denen Travel Manager, Einkäufer, Entscheidungsträger und Geschäftsreisende gleichermaßen die bestmöglichen Ergebnisse erzielen.

TRAVELER & TRANSACTION SERVICES

CWT bietet erstklassigen Service und hervorragende Betreuung für Reisende und optimiert die Abläufe einfacher und komplexer Transaktionen.

CWT arbeitet mit seinen Kunden zusammen, um:

- die gewünschten Serviceanforderungen der verschiedenen Zielgruppen innerhalb des Kundenunternehmens zu bedienen
- die Servicekonfiguration und die Prozesse zu definieren, implementieren und kontinuierlich zu optimieren, sodass sie das Unternehmen und seine Reisenden optimal und effizient unterstützen
- Zugang zu passenden Angeboten mit attraktiven Preisen zu gewährleisten, die den Reiserichtlinien des Kunden entsprechen
- die Effizienz einfacher Buchungsvorgänge zu optimieren, insbesondere durch die Förderung von Onlinebuchungen und Automatisierung
- bei komplexen Reiseverläufen und speziellen Anforderungen höchste Servicequalität zu gewährleisten
- eine Bandbreite erweiterter Services für Reisende anzubieten, die das Reisen für diese angenehmer machen

PROGRAM OPTIMIZATION

CWT hilft seinen Kunden bei der Optimierung ihrer Firmenreiseprogramme und Einsparungen durch den gezielten Einsatz von Produkten und Serviceleistungen.

CWT arbeitet mit seinen Kunden zusammen, um:

- die für die Optimierung eines Firmenreiseprogramms grundlegenden Daten zu generieren und zu konsolidieren
- Firmenreiseprogramme gemäß den acht Ansatzpunkten für effektives Travel Management zu untersuchen, sodass Verbesserungsmöglichkeiten identifiziert werden können
- angestrebte Leistungsziele und die damit verbundenen Prioritäten und Maßnahmenpläne zu definieren
- definierte Strategien in messbare Resultate umzusetzen und ihre Ausführung bei allen Buchungskanälen zu garantieren
- die Einhaltung und Leistungsfähigkeit des Firmenreiseprogramms zu überwachen, indem Fortschritte überprüft und ständige Verbesserungen vorangetrieben werden

Bei CWT sind fast 1.000 Experten weltweit im Einsatz, um Kunden bei der Optimierung ihres Firmenreiseprogramms zu unterstützen.

SAFETY & SECURITY

CWT informiert seine Kunden über mögliche Risiken und hilft ihnen bei der Ortung und Unterstützung ihrer Reisenden in Krisenfällen mit einem umfassenden Portfolio an Produkten und Services.

CWT arbeitet mit seinen Kunden zusammen, um:

- Reiserisiken zu reduzieren, indem Travel Manager und Reisende umfassende Zielgebietsinformationen erhalten
- ein webbasiertes System zur Verfügung zu stellen, mit dessen Hilfe Reisende in Krisenfällen geortet werden können
- Reisenden rund um die Uhr Unterstützung in Notfällen zu gewähren
- eine formelle Richtlinie bezüglich Reiserisiken zu definieren, die einen proaktiven situations- und handlungsorientierten Prozess zur Reaktion auf Ereignisse festlegt

MEETINGS & EVENTS

CWT bietet exzellenten Service bei der Konzeption und Durchführung von Tagungen und Veranstaltungen aller Art. Gleichzeitig unterstützt CWT Unternehmen bei der Kontrolle und Optimierung der anfallenden Kosten.

CWT arbeitet mit seinen Kunden zusammen, um:

- wirksame und kundenindividuelle Events zu gestalten und durchzuführen
- die reibungslose Organisation und Logistik von Tagungen oder Veranstaltungen jeglicher Größe zu gewährleisten
- die Gesamtausgaben in allen Bereichen des Unternehmens für Tagungen und Veranstaltungen zu erfassen und zu analysieren, um Einsparungen zu generieren
- eine Strategie für Events zu definieren, die laufenden Prozesse zu bewerten und Möglichkeiten zur Leistungsverbesserung zu ermitteln

Was uns unterscheidet

Auf Basis der acht Ansatzpunkte für effektives Travel Management begleitet CWT seine Kunden in allen Belangen der Geschäftsreise und vertraut hierbei auf seine Stärken:

- **Führende Position** bei der Integration und Ausführung sowohl von Online- als auch von Full-Service-Transaktionen
- **Technisches Know-how** bei der Entwicklung und Integration marktführender Lösungen
- **Expertise** bei der Optimierung von Firmenreiseprogrammen
- **Vielfältiges Kundenportfolio**: nachgewiesene Erfolge mit Kunden aller Größen
- **Globale Erfahrung, lokales Verständnis**: globale Präsenz, verbunden mit umfassender Kenntnis lokaler Märkte
- **Flexibilität**: mit Kunden an Lösungen zu arbeiten, die ihren Anforderungen entsprechen
- **Menschen**: spezialisierte, multikulturelle Experten

Die Grundwerte von CWT

Die Mitarbeiter von CWT richten ihr Handeln nach sechs Grundwerten aus, sowohl einzeln als auch im Team:

■ Kundenbetreuung

- ▣ Wir setzen die Bedürfnisse unserer Kunden an die erste Stelle und arbeiten ständig daran, ein außergewöhnlich hohes Serviceniveau zu gewährleisten.

■ Bekenntnis zur Spitzenleistung

- ▣ Wir streben ständig danach, unser Leistungsniveau noch weiter zu steigern.

■ Kulturelle Vielfalt

- ▣ Wir fördern Respekt und Teamgeist am Arbeitsplatz und setzen auf die multikulturellen Werte unseres Unternehmens, nutzen ihre Vorteile und bieten jedem Einzelnen die gleichen Möglichkeiten.

■ Verlässlichkeit

- ▣ Wir sind ein verlässlicher und vertrauenswürdiger Geschäftspartner und verpflichten uns zu Produkten und Services, die führend in unserer Branche sind.

■ Unternehmergeist

- ▣ Wir gehen neue Herausforderungen mit Kreativität, Einfallsreichtum und Beweglichkeit an und reagieren schnell, um innovative Lösungen anzubieten.

■ Integrität

- ▣ Wir bauen produktive und lang anhaltende Beziehungen auf, indem wir aufrichtig sind und offen kommunizieren.

Soziale Verantwortung des Unternehmens

CWT befasst sich intern und im Namen seiner Kunden mit Corporate Social Responsibility (CSR):

- Die Grundsätze ethischen und sicherheitsbewussten Handelns bilden zusammen mit unseren Grundwerten und unserer Vorstellung von sozial verantwortlichem Unternehmertum den Rahmen für die geschäftlichen Aktivitäten und CSR-Initiativen von CWT.

- ▣ Entwicklung und Wohlergehen unserer **Mitarbeiter**
- ▣ **Erfolgreiche Geschäftsbeziehungen** für alle Beteiligten
- ▣ Verantwortungsbewusstes Handeln in den **Gesellschaften**, in denen wir tätig sind
- ▣ Schutz der **Umwelt**

- CWT unterstützt seine Kunden bei Fragen zum Umweltschutz und zur CSR dadurch, dass Travel Manager und Reisende die Informationen erhalten, die sie benötigen, um die Kohlenstoffbilanz ihres Unternehmens bei der Entscheidungsfindung berücksichtigen zu können.

- ▣ **CO₂-Rechner** bei der Buchung
- ▣ **Reporting nach Reiseabschluss** zur Nachverfolgung von CO₂-Emissionen
- ▣ **Kohlenstoffausgleich** zur Neutralisierung der Auswirkungen

Die Strategie von Carlson Wagonlit Travel bis Ende 2010

Das Jahr 2008 ist das erste des Dreijahresplans „CWT 2010“. CWT wird sich auch in Zukunft auf Geschäftsreisen konzentrieren und hat dazu einen Dreijahresplan definiert. Der Schwerpunkt wird darin bestehen, auf der erreichten Führungsposition aufzubauen. Hierbei werden die folgenden Prioritäten und Ziele verfolgt:

1. CWT will weiterhin organisch wachsen und sich dabei auf alle Kundenschichten und alle Regionen konzentrieren.
2. Der Hotelmarkt soll schneller durchdrungen werden – dies hat im Jahr 2008 höchste Priorität.
3. Der Geschäftsbereich Meetings & Events, einer der vier Kerngeschäftsbereiche, soll weiter ausgebaut werden.
4. CWT will die Traveler & Transaction Services noch effizienter gestalten. Ziel ist ein durchgängig hohes Niveau.
5. Die Angebote im Bereich Program Optimization sollen auch in Zukunft weiterentwickelt werden.
6. Verbesserung der Supplier Services durch bessere Nutzung der Größe von CWT und Aufbau weiterer Kapazitäten für die Leistungsträger.
7. Erhöhung der Gewinnspanne.
8. Steigerung der Kosteneffizienz.
9. Die Akquisitionsstrategie wird fortgesetzt.
10. CWT will sich weiterhin als leistungsstarkes Unternehmen positionieren.

111 Jahre Carlson Wagonlit Travel in der Schweiz

Zahlen und Fakten

Sitz	Genf/Zürich	
Gründung	1897	Eröffnung der ersten beiden Niederlassungen von Wagons-Lits in Zürich und Basel
	1994	Umfirmierung zu Carlson Wagonlit Travel
Management	Walter Ruggli General Manager & Director Operations Switzerland	
Vermittelter Umsatz 2007	708 Mio. CHF	
Mitarbeiter	354 FTEs (Full Time Equivalents)	
Agenturen*	39	
Geschäftsreiseanteil	91,5 %	
Kunden (Auszug)	Bobst, Schindler, Von Roll Umwelttechnik, SR Technics, Swiss Re, Ciba Specialty Chemicals	
ISO-Zertifikat	CWT ist seit dem Juli 1999 durch die SGS ICS (www.sgs.com) nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert.	

* Business Travel Centers, ein Online Fulfillment Center, Implants & Explants, Diverse

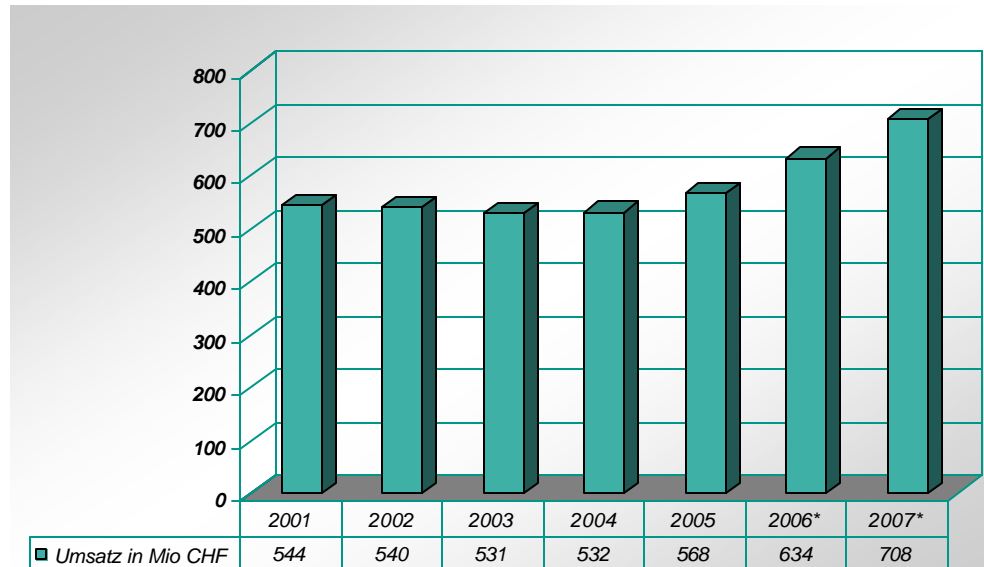
Derzeit ist Carlson Wagonlit Travel mit 39 Agenturen in der Schweiz vertreten. Sie operieren überwiegend als *Business Travel Centers* und/oder *Implants*.

Business Travel Centers (BTC) sind Geschäftsreisedienste in eigenen CWT-Büros, die mehrere Firmenkunden bedienen. Zum Teil operieren von den BTCs aus so genannte „dedicated teams“. Online getätigte Buchungen können europaweit pro Land zentral und automatisiert über ein nationales *Online Fulfillment Center* (OFC) vorgenommen werden. Leistungsfähige Komponenten ermöglichen es heute über ein Online-Buchungssystem getätigte Buchungsvorgänge ohne manuelles Eingreifen zu verarbeiten – von der Buchung über die Ausstellung eines elektronischen Tickets bis zum elektronischen Rechnungsversand. Ein Implant ist eine Niederlassung von Carlson Wagonlit Travel in den Räumen des Kunden. Das Serviceteam ist somit auch nur für diesen Kunden zuständig.

Im Juli 1994 wurde der Zusammenschluss von Wagonlit Travel und Carlson Travel Network zu Carlson Wagonlit Travel besiegelt. In der Schweiz übernahmen alle Agenturen zum 1. Oktober 1994 den neuen Namen.

Die Umsatzentwicklung in der Schweiz

Carlson Wagonlit Travel generierte im Jahr 2007 eine Umsatzsteigerung von 11,67 Prozent, was auf den Gewinn neuer Kunden sowie einer Preissteigerung bei den Flugtarifen zurückzuführen ist.



* Figures as of 2004 include referrals (hotel/car) and exclude TAF (transaction fee revenue)

Produkte und Dienstleistungen

Der Geschäftsreisemarkt entwickelt sich permanent weiter und Carlson Wagonlit Travel führt die Innovationen an. Mit intelligenten und effektiven Geschäftsreiseprogrammen unterstützt CWT seine Kunden bei der Optimierung ihrer Reiseausgaben und maximalen Ausschöpfung der Einsparpotenziale.

Kosteneinsparungen und schlanke Prozesse durch Online-Buchungssysteme

CWT Portal – die passende Online -Lösung für jedes Kundensegment

CWT Connect Express – das standardisierte Portal für jeden Reisebedarf

Kleine und mittelständische Unternehmen ohne eigene Reiserichtlinien und Rahmenvereinbarungen mit Leistungsträgern profitieren besonders von den Vorzügen des Geschäftsreiseportals CWT Connect Express, in das ein standardisiertes Online-Buchungssystem integriert ist. So kommen sie über das Portal in den Genuss der Verhandlungsmacht eines Marktführers und nehmen auch ohne eigene Firmenabkommen die günstigen CWT-Raten bei Hotels, Mietwagen und Flügen in Anspruch. Kunden, die ihre Reisen einfach und kostengünstig online verwalten wollen, finden unter der Webadresse www.cwtconnectexpress.com alles, was sie für die effiziente Planung und Buchung von Geschäftsreisen brauchen.

CWT Connect Business – die preiswerte Variante mit Zusatzleistungen

Das Portal CWT Connect Business richtet sich an mittelständische Kunden, die auf ein kostengünstiges Portal zugreifen und weiter gehende Anforderungen haben. CWT Connect Business basiert auf dem standardisierten Geschäftsreiseportal CWT Connect Express und erlaubt über das integrierte Online-Buchungssystem Zugang zu den ermäßigten Raten von CWT. Zusätzlich können eigene Vertragsraten und Reiserichtlinien integriert werden. Die eigenen Vertragsraten werden stets mit den CWT-Raten und den veröffentlichten Raten verglichen – so ist die Anwendung des jeweils günstigsten Tarifes bei der Buchung von Flügen, Hotels oder Mietwagen über die Webadresse www.cwtconnectbusiness.com garantiert.

CWT Connect Enterprise – das individuelle Geschäftsreiseportal

Das kundenindividuell anpassbare Portal eignet sich besonders für große oder multinationale Konzerne. Durch die ausgefeilte, hochwertige Technik können Unternehmen das Portal u. a. auf ihre Bedürfnisse anpassen, die gewünschten Online-Buchungssysteme integrieren sowie eigene Vertragsraten und Reiserichtlinien hinterlegen. CWT Connect Enterprise, welches über den Internetlink www.cwtconnect.com zugänglich ist, ist in fünf Bereiche unterteilt: Pre -Trip, Booking, On-Trip, Post-Trip und General Services. Durch die Integration eines Online-Buchungssystems können Manager, Buchende und Reisende ihre Flug- oder Bahntickets, Mietwagen und Hotels den Reiserichtlinien entsprechend buchen. Außerdem können sie je nach selbst definierter Zugangsberechtigung auf das Management-Informationssystem (MIS) zugreifen sowie Buchungen und Rechnungen einsehen und überprüfen.

Expertise und neutrale Beratung für die passende Online-Lösung

CWT Online-Buchungssysteme – Kooperationen mit Marktführern

Als neutraler Anbieter und Spezialist im Bereich Online-Buchungssysteme unterstützt CWT seine Kunden je nach individuellen Bedürfnissen bei der Auswahl und Implementierung des jeweils passenden Online-Buchungssystems. Die Spezialisten von CWT Project Management and Online Service begleiten diesen Prozess, durch den bis zu 10 Prozent der gesamten Reiseausgaben von Unternehmen eingespart werden können. CWT-Kunden profitieren außerdem von den in 2006 unterzeichneten Lizenzverträgen mit GetThere und Amadeus, zwei führenden Anbietern von Online-Buchungssystemen. So erhalten sie neben vergünstigten Konditionen weitere Zusatzleistungen wie nahtlose Integration mit anderen CWT-eigenen Technologien, schnellere Implementierung durch adaptierbare CWT-spezifische Systeme.

Ausgeklügelte Technologien für mehr Effizienz

CWT Portrait – die effiziente Online-Profilverwaltung

CWT Portrait bietet Reisenden und Buchenden online Zugang zur Verwaltung und Aktualisierung von Profilen, in denen z. B. Reiserichtlinien und persönliche Präferenzen hinterlegt sind. Die Ablage der Profilinformatoren in einer zentralen Datenbank stellt sicher, dass bei neuen Buchungen automatisch die aktuellsten Informationen und Anforderungen berücksichtigt werden – unabhängig davon, über welches System die Buchung getätigt wird. Aktualisierungen von Profilen, Reiserichtlinien und gespeicherten Firmenraten etc. werden automatisch sofort in allen Online-Buchungssystemen und Reservierungssystemen synchronisiert. Dies maximiert die Genauigkeit und Effizienz von Buchungen und gewährleistet eine hohe Servicequalität sowie Kosteneinsparungen, da auch die Reiserichtlinien automatisch berücksichtigt werden.

CWT Web Fares – die Buchungsplattform für ermäßigte Internettarife

Die Technologie gewährleistet den bequemen Zugang zu Angeboten von Billigfluglinien und den ermäßigten Internettarifen konventioneller Airlines. Mussten diese in der Vergangenheit mühsam über die jeweiligen Anbieter gesucht und gebucht werden, können Reisebüro-Agenten dank CWT Web Fares Reservierungen und Buchungen von Billigfliegern und Internettarifen analog zur Vorgehensweise bei konventionellen Airlines über eine einzige Web-Oberfläche vornehmen. Das System kann nicht nur Buchungen automatisch generieren, sondern auch Angebote erstellen, um den Entscheidungsprozess für Kunden transparenter zu gestalten. Außerdem fließen die Buchungsdaten in das Management-Informationssystem ein, sodass auch über die Buchungen von Low Cost Carriern Analysen und Auswertungen möglich sind. CWT Web Fares ist außerdem in die Online-Buchungssysteme von KDS integriert und ermöglicht so auch CWT-Kunden den direkten Zugriff.

CWT Program Management Center – das umfassende Reporting Center

Das globale webbasierte Tool bietet Travel Managern und Einkäufern von Reisedienstleistungen auf einer Oberfläche komfortablen Zugang zu allen notwendigen Informationen, Daten und Ressourcen. Mit dieser Anwendung können sie ihr Geschäftsreiseprogramm vereinfachen, nachhaltig optimieren und die richtigen Prioritäten setzen. Dies bedeutet eine Arbeitserleichterung und volle Kontrolle über die Leistung ihres Geschäftsreiseprogramms. Die einzelnen Bereiche des Geschäftsreiseprogramms, z. B. Einhaltung der Reiserichtlinien, können durch den Abgleich mit individuellen Zielen kontrolliert werden. Das Produkt ist voll flexibel durch Multiwährungsfähigkeit und Sprachwahl aus neun Sprachen. Herzstück des Produkts ist das „Reporting Center“. Hier können Travel Manager die wichtigsten Kennzahlen

und Trends im Geschäftsreisemanagement auf einen Blick beobachten und analysieren: Marktanteile, Online-Nutzungsraten, entgangene Hotelbuchungen, Akzeptanz von Low-Fare-Tarifen, Flugausgaben pro Monat/Jahr, durchschnittliche Ticketpreise im Jahresvergleich. Auch umweltrelevantes Reporting sowie Features zum Bereich Safety & Security wie eine „Traveler Locating Map“ sind verfügbar. Integriert in das Program Management Center ist das Management-Informationssystem CWT Discovery.

CWT Discovery – das webbasierte Reportingsystem

Das globale, webbasierte Management-Informationssystem ist innerhalb des weltweiten CWT-Netzwerks verfügbar und liefert korrekte und aussagekräftige Auswertungen sowie globale Datenkonsolidierung per Knopfdruck. Die Reports liefern auch grafische Darstellungen in nutzerfreundlichen Formaten, die eine einfache Weiterverarbeitung zulassen. Sie werden an eine festgelegte sichere Website ausgegeben, wo sich Kunden Berichte anschauen und ausdrucken können. CWT Discovery macht realisierte und potenzielle Einsparungen sichtbar. Aussagefähige und korrekte Daten liefern die Grundlage für Verhandlungen mit Leistungsträgern und für die Optimierung des Firmenreiseprogramms. Alle Reisedaten eines Unternehmens sind in dem leistungsfähigen Tool verfügbar – so können beliebige zusätzliche Auswertungen und Analysen vorgenommen werden.

CWT Pre-Trip Reporting – die Informationsquelle vor der Reise

Auch vor Reisebeginn können bereits Berichte anhand der getätigten Buchungen angefordert werden. Diese stehen dem Travel Manager auf Tages- oder Monatsbasis zur Verfügung, sodass er sich einen Überblick über die aktuelle Buchungssituation verschaffen und gegebenenfalls steuernd eingreifen kann. Die Pre-Trip Reports liefern aufschlussreiche Daten, die in Krisenfällen, aber auch bei Verhandlungen mit Leistungsträgern und zur Kostenübersicht hilfreich sind.

CWT Guardian – Sicherheit und Schutz vor, während und nach der Reise

Dank dem umfassenden Sicherheitskonzept CWT Guardian können sich Reisende jederzeit sicher aufgehoben fühlen, Travel Manager aktuell informiert sein und Unternehmen ihrer Fürsorgepflicht nachkommen. Die Basisleistungen bestehen aus einem 24-Stunden-Notfallservice, der Reisende im Notfall rund um die Uhr unterstützt, und „Incident Reports“, die bei Vorfällen (Naturkatastrophen, terroristischen Anschlägen u. a.) automatisch erstellt werden. Ausgefeilte, in die CWT-Reiseportale integrierte Kommunikationssysteme runden das Kernangebot ab. Durch die Kooperation mit iJET, einem weltweit führenden Anbieter für Risikomanagement, erweiterte CWT sein stehendes Sicherheitsangebot um zusätzliche Technologien. Mit ihrer Hilfe können Travel Manager Reisende jederzeit online und interaktiv nach eigenen Parametern orten und Kontakt mit ihnen aufnehmen.

CWT Hotel Programme – das Online-Hotelprogramm von CWT

Das globale, internetbasierte CWT Hotelprogramm bietet Geschäftsreisenden online unter www.cwtpreferredhotels.com optimalen Service und nützliche Informationen zu weltweit über 17.000 Hotels. Das CWT Hotel Programme ist eine ideale Lösung für kleine und mittlere Unternehmen, die von der globalen Einkaufsmacht von Carlson Wagonlit Travel profitieren wollen. Für Großunternehmen ist es eine sinnvolle Ergänzung, etwa in Bereichen mit geringerem Hotelaufkommen, da alle firmenspezifischen Raten integriert werden können. Die informative und anschaulich gestaltete Website präsentiert umfassende Hoteldetails mit aktuellen Preisen und Last-Minute -Angeboten, die genaue Lage der Hotels, der lokalen Sehenswürdigkeiten sowie der nächstgelegenen Autovermietungen.

Rundum-Betreuung unserer Kunden durch umfassende Serviceleistungen

CWT Account Management – die proaktive Kundenbetreuung

Als persönlicher Berater stimmt der Account Manager kontinuierlich die Zusammenarbeit zwischen CWT und dem Reisemanagement des Kunden ab. Nach einer Bedarfsanalyse entwickelt der Kundenbetreuer eine optimierte Strategie für das Reisekostenmanagement des Kunden und alle erforderlichen Maßnahmen für deren Umsetzung. CWT unterstützt dies durch ein professionelles Wissensmanagement-System (CWT Knowlex). In internationalen Projektgruppen und regelmäßigen Foren eignen sich die Account Manager das Know-how für alle Themen rund um die Geschäftsreise an und stellen ihren Kollegen die Ergebnisse über ein internetbasiertes Kommunikationsmedium zur Verfügung.

CWT Mobility Group – das externe Travel Management

Die Dienstleistungen der CWT Mobility Group bieten CWT-Kunden Möglichkeiten zur nachhaltigen Kostenreduktion. Ein bisher intern geführtes oder noch nicht vorhandenes Reisemanagement eines Unternehmens wird durch den Einsatz eines CWT Mobility Managers neu oder reorganisiert und optimiert. Die Kernaufgaben der CWT Mobility Group reichen von der Kostenkontrolle und Prozessoptimierung über die Entwicklung von Verhandlungsstrategien mit Lieferanten bis hin zu Analysen und Auswertungen, Benchmarking, Customer Relationship Management und Abrechnungen.

CWT Project Management and Online Services - die Experten für Onlinestrategien

CWT gründete im Jahr 2005 die, damals unter dem Namen CWT Online Implementation Group, europaweit agierende Abteilung zur Förderung des Einsatzes von Online-Buchungssystemen. CWT Project Management and Online Services berät und betreut Kunden bei der Implementierung und Umsetzung ihrer Onlinestrategien. Die Leistung umfasst neben der technologischen und organisatorischen Beratung auch die Schulung von Mitarbeitern, um etwa die Akzeptanzrate von Online-Buchungssystemen zu erhöhen.

CWT Solutions Group – die spezialisierte Unternehmensberatung

Die Tochtergesellschaft von Carlson Wagonlit Travel berät Kunden bei allen Vorgängen, die über die reine Kundenbetreuung hinausgehen. Dazu gehören z. B. Konzepte zur Einkaufsoptimierung bei Flug und Hotel, Erstellung von Hotelprogrammen, Benchmarking, Implementierung von Reisekosten-Abrechnungssystemen und die Neugestaltung bestehender Abläufe.

CWT Meetings & Events

Die CWT-Spezialisten für Meetings und Events verfügen über umfangreiche Erfahrungen bei der Planung und erfolgreichen Umsetzung von entsprechenden Programmen, die den Anforderungen der Veranstalter ebenso gerecht werden wie den Wünschen der Teilnehmer. Mit den Möglichkeiten und Erfahrungen eines führenden Geschäftsreiseanbieters im Rücken arbeiten die Experten von CWT eng mit Kunden zusammen, um durch gezielt entwickelte Strategien und Verfahren Einsparungen von 10 bis 15 Prozent in diesem Bereich zu erzielen. Knapp 650 Fachleute für Meetings und Events arbeiten in mehr als 50 Ländern für CWT und erzielen dabei einen Umsatz von insgesamt 500 Mio. USD. Um Kunden rund um die Welt optimale Unterstützung bieten zu können, kooperiert CWT mit unterschiedlichen Anbietern von Marketingdienstleistungen, allen voran Carlson Marketing, einem der weltweit größten Unternehmen seiner Art.

Weitere Serviceleistungen:

- 24-Stunden-Reiseservice (für Notfall- und Last-Minute-Service)
- Reisekostenabrechnung
- Best-Buy-Beratung (günstigste verfügbare Tarife)
- Buchung von Privat- und Urlaubsreisen
- Kongress-, Tagungs- und Konferenzorganisation sowie Incentive-Reisen
- Visabeschaffung
- Kundenmagazin „CWT Connect Magazine“ (vier Ausgaben pro Jahr)
- Monatlicher E-Newsletter „CWT Traveler“ mit aktuellen Angeboten aus der Reisebranche
- Mehrwertsteuerrückerstattung

Bei weiterführenden Fragen zu unseren Produkten stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Das Management von Carlson Wagonlit Travel

Übersicht

Hubert Joly

President & Chief Executive Officer worldwide Carlson Wagonlit Travel

August Gossewisch

Senior Executive Vice President Central & Eastern Europe

Walter Ruggli

General Manager & Director Operations Switzerland

Martina Egger

Vice President Sales & Account Management, Marketing Central & Eastern Europe

Claudio Trapletti

Director Sales & Account Management Switzerland

Frédéric Gochard

Director Finance Switzerland

Jacky Grognuz

Director Human Resources Switzerland

Marco Dall'Aglio

Director Operations Suisse Romande

Christian Streib,

Director IT Central & Eastern Europe

Bilder der Personen finden Sie in hoher Auflösung (300dpi) auf www.carlsonwagonlit.ch unter CWT News & Media / Pressemappe und Bildarchiv.

Biografien

Hubert Joly (noch bis 29.02.2008) ,

President & Chief Executive Officer worldwide Carlson Wagonlit Travel

Als weltweiter President & Chief Executive Officer trägt Hubert Joly die weltweite Verantwortung für das Unternehmen. Er wurde im Juli 2004 vom Vorstand, an den Hubert Joly direkt berichtet, in diese Position berufen.

Joly verfügt über fundierte, langjährige internationale Erfahrung. Er wechselte zu CWT von Vivendi Universal, wo er als Executive Vice President für die Überwachung der US-Aktiva zuständig war und gleichzeitig den Posten des stellvertretenden Finanzchefs des Konzerns bekleidete. Zuvor war Joly CEO von Vivendi Universal Games (Videospiele) mit Sitz in Los Angeles. Vor seiner Tätigkeit bei Vivendi agierte Hubert Joly von 1996 bis 1999 als Vizepräsident von Electronic Data Systems (EDS) Europe und Präsident von EDS Frankreich. Innerhalb von drei Jahren gelang es ihm, den Umsatz des Unternehmens zu verdoppeln und die Rentabilität deutlich zu erhöhen. Davor war er zwölf Jahre bei McKinsey & Company, Inc. in San Francisco, New York und Paris zuständig für den Bereich der Spitzentechnologien. Joly ist in Frankreich geboren und aufgewachsen und arbeitete sieben Jahre lang in den USA und reiste im Rahmen seiner verschiedenen Funktionen viel und arbeitete Grenzen und Kulturen überschreitend.

Hubert Joly wurde vom Vorstand der Carlson zum neuen Präsidenten und Chief Executive Officer ernannt und wird diese Position ab dem 1. März 2008 antreten. Hubert Joly wird damit zum vierten CEO in der 70-jährigen Geschichte von Carlson und tritt die Nachfolge von Marilyn Carlson Nelson an.

August Gossewisch,

Senior Executive Vice President Central & Eastern Europe

August Gossewisch, Jahrgang 1947, ist seit 1. Oktober 2004 Senior Executive Vice President Central & Eastern Europe.

1967 begann der Schweizer seine berufliche Laufbahn bei der Fluggesellschaft Swissair. Nach Aufhalten im Libanon, in Italien, Algerien und Korea wechselte er im Oktober 1988 zu Wagons-Lits Travel und übernahm dort als Direktor die Leitung für die Schweiz. 1995 ging er zusätzlich für Carlson Wagonlit Travel in die USA (Minneapolis). 1997 übernahm August Gossewisch die Funktion des Vice President für den Bereich Sales & Account Management der Region "Central Europe & Mediterranean Zone". Anfang 1999 folgte seine Ernennung zum Vice President/General Manager für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Zusätzlich übernahm er im März 2001 die Gesamtverantwortung für die „Eastern & Mediterranean Zone“. Aufgrund einer Umstrukturierung ist August Gossewisch seit 1. Oktober 2004 Senior Executive Vice President Central & Eastern Europe.

Walter Ruggli,

General Manager & Director Operations Switzerland

Walter Ruggli, Jahrgang 1956, begann seine berufliche Karriere bei Swissair im Jahre 1974. Nach 15 Jahren für Swissair in Zürich, London, Genf, Kairo, Kinshasa und Riyadh wechselte er 1989 zu CWT als Agenturleiter des BTC in Bachenbülach. 1995 wurde er Regionalleiter der deutschsprachigen Schweiz und danach Direktor Sales & Account Management für die gesamte Schweiz. 1998 übernahm Walter Ruggli die Gesamtleitung von CWT Österreich in Wien. Im Juni 1999 wurde seine Verantwortung als General Manager von Österreich auch auf die Schweiz ausgeweitet. Nach erfolgreicher Reorganisation in Österreich kehrte Walter Ruggli als General Manager Switzerland im Sommer 2002 in die Schweiz zurück.

Martina Egger,

Vice President Strategic Sales & Account Management, Marketing Central & Eastern Europe

Martina Egger, Jahrgang 1961, ist seit 1. Oktober 2004 Vice President Sales & Account Management, Marketing Central & Eastern Europe.

Gemeinsam mit ihrem Team ist sie für die Neukundenakquise, die professionelle Betreuung und Beratung der Bestandskunden und die Bereiche Marketing & Communications von Carlson Wagonlit Travel in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie den osteuropäischen Ländern verantwortlich. Nach dem Studium der Sprach- und

Geisteswissenschaften machte Martina Egger ihre ersten Vertriebserfahrungen von 1991-1995 als Reservierungs- und Verkaufsleiterin in der Hotellerie. Danach wechselte sie in die Geschäftsreisebranche, zunächst von 1995-1998 als Regionalleiterin bei Kuoni, anschließend 1998 für (zunächst) drei Jahre als Key Account Managerin zu Carlson Wagonlit Travel. Zwischen dem 1. Juli 2001 und ihrem Wiedereinstieg bei Carlson Wagonlit Travel war sie als Vice President Sales & Client Relation Central Europe bei dem Prozessoptimierer TRX tätig. Am 1. März 2002 wurde Martina Egger Vice President Sales & Account Management, Marketing für Deutschland, Österreich und die Schweiz sowie am 1. Oktober 2004 zusätzlich für Osteuropa. Seit Mai 2007 hat Martina Egger die Funktion als Vice President Strategic Sales & Account Management, Marketing Central & Eastern Europe mit Fokus auf Kundenbindung der Top-Kunden und Repräsentation des Unternehmens inne.

Claudio Trapletti,

Director Sales & Account Management Switzerland

Claudio Trapletti, Jahrgang 1956, ist seit dem 1. März 2001 Director Sales & Account Management Schweiz.

Seine berufliche Karriere begann er im Jahre 1976 bei der Swissair, bereits dort waren seine Kernkompetenzen Verkauf und Marketing. Bei Swissair nahm er diverse Führungsfunktionen erfolgreich wahr, u. a. die Leitung des Telefonverkaufs Zürich und die Leitung des Direktverkaufs Schweiz. Seit November 1999 ist er bei Carlson Wagonlit Travel tätig, zunächst als Director Corporate Sales Schweiz. Seit März 2001 ist er zusätzlich für den Bereich Account Management zuständig.

Frédéric Gochard,

Director Finance Switzerland

Frédéric Gochard, Jahrgang 1968, übernahm am 10. Dezember 2000 die Gesamtverantwortung für den Bereich Finanzen bei CWT in der Schweiz.

Seine berufliche Karriere begann 1993 bei Ernst & Young in Paris. Dort war er als Wirtschaftsprüfer für internationale Kunden in den Bereichen Luxusgüter, Flugverkehr, Presse und Pharmazeutische Industrie tätig. Im April 1996 wechselte er zum europäischen Hauptsitz von Carlson Wagonlit Travel in Paris und war an mehreren internen Audits in Europa, den USA und in der Zone Asien-Pazifik beteiligt. Im Oktober 1998 übernahm er die Leitung der Abteilung "Interne Audits" von CWT USA in Minneapolis, bevor er im August 1999 zum Projektmanager der Finanzabteilung CWT USA wurde. Frédéric Gochard ist im Dezember 2000 nach Europa zurückgekommen, wo er seine aktuelle Position übernahm.

Jacky Grognuz,

Director Human Resources Switzerland

Jacky Grognuz, Jahrgang 1956, ist seit dem 1. Januar 1999 Leiter der Abteilung Human Resources von CWT in der Schweiz.

Jacky Grognuz begann seine berufliche Karriere 1977 bei der Swissair in Genf (Reservierung, Luftreisebüro Flughafen). Nach Auslandsaufenthalten in London und Nizza wechselte er 1985 als Business Travel Agent im Implant in CERN zu CWT in Genf. Nach seiner Tätigkeit als Leiter Tarifierung übernahm er im Jahre 1987 die Leitung des Implants von Novartis in Nyon, gefolgt von seiner Position als Manager Quality & Training. Von 1995 bis 1998 arbeitete er als Manager von Airtip (Broker Abteilung von CWT Schweiz). Seit Januar 1999 ist er Direktor Human Resources, für den Zeitraum vom April 1999 bis September 2000 übernahm er zusätzlich die Leitung der Abteilung Operations.

Marco Dall'Aglio,

Director Operations Suisse Romande

Marco Dall'Aglio, Jahrgang 1955, ist seit 1. September 2000 Director Operations Suisse Romande.

Nach seiner Ausbildung zum Reiseverkehrskaufmann begann er seine berufliche Karriere 1978 bei Carlson Wagonlit Travel. 1982 übernahm er die Leitung des BTC (Business Travel Center) von Carlson Wagonlit Travel in Lausanne. Nach einem Zwischenstop als Sales Manager bei AMEXCO (1987-1988) kehrte er 1989 als Leiter des BTC in Lausanne zu CWT zurück. Parallel hierzu war er für die Expansion von Carlson Wagonlit Travel in der Region Lausanne verantwortlich. Im Jahre 2000 wechselte er seinen Arbeitsplatz nach Genf und wurde Director Operations Suisse Romande.

Christian Streib,

Director IT Central & Eastern Europe

Christian Streib, Jahrgang 1971, ist seit 1. Juli 2006 Director IT Central & Eastern Europe. Er ist für die gesamte technologische Umgebung und Leitung der IT-Teams in Zentral- und Osteuropa zuständig. Mit der Ausbildung zum Reiseverkehrskaufmann im Jahr 1994 begann Christian Streib seine berufliche Laufbahn. Bereits seit 1996 ist er in verschiedenen Positionen bei Carlson Wagonlit Travel tätig und sammelte umfassende Erfahrungen sowohl im technologischen und operativen Bereich als auch in der Betreuung von globalen Großkunden. Nach seinem Einstieg im Bereich Operations wurde Christian Streib 1999 Leiter der Abteilung Management-Informationssysteme (MIS). Im Jahr 2001 wechselte er in die Kundenbetreuung, wo er bis 2003 als International Key Account Manager und anschließend bis 2005 als Strategic Account Director EMEA tätig war. In seiner anschließenden Position als Director Sales & Account Management, Operations Eastern Europe war er bereits in diesem Bereich für Osteuropa zuständig, bevor er am 1. Juli 2006 zum Director IT Central & Eastern Europe ernannt wurde.