

CWT-Umfrage zeigt:

Einsparungen stehen bei Travel Managern unverändert hoch im Kurs

- *Unter den Prioritäten für 2010 stehen Hotelausgaben, die Einhaltung von Reiserichtlinien und Online-Buchungen ganz vorne*

ESCHBORN, 1. Februar 2010 – Die Optimierung der Hotelausgaben, eine stärkere Einhaltung von Reiserichtlinien, verbesserte Prozesse für einfache Buchungen sowie weitere Kostensenkungen bei Flügen und anderen Transportmitteln – das sind für Travel Manager die vier wichtigsten Prioritäten 2010. Das ergab die jüngste Studie von Carlson Wagonlit Travel (CWT), einem weltweit führenden Anbieter im Geschäftsreisemanagement. Außerdem zeigt die Studie handlungsorientierte Maßnahmen und Best Practices auf, mit deren Hilfe Unternehmen aus ihrem Geschäftsreiseprogramm den maximalen Nutzen ableiten können.

„Travel Management Priorities for 2010: Decisive Opportunities for Success“ basiert auf einer weltweiten Umfrage von CWT unter 169 Travel Managern im vierten Quartal 2009. Auf die Frage, welche Projekte zum Management des Firmenreiseprogramms aus einer vorgegebenen Liste im Jahr 2010 höhere Priorität bekommen als 2009, führten 50 bis 60 Prozent die oben genannten vier Bereiche an.

Für mehr als ein Drittel der Befragten sind die weitere Konsolidierung des Firmenreiseprogramms sowie die Entwicklung messbarer Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators) weitere wichtige Prioritäten für 2010. Umweltfreundlichere Firmenreiseprogramme stehen bei nur 13 Prozent der befragten Travel Manager ganz vorne und nehmen daher den letzten Platz der Liste ein.

Nachfolgende Priorisierung nahmen die befragten Travel Manager anhand der Frage „Welchen der folgenden Bereichen räumen Sie 2010 eine höhere Priorität ein als 2009?“ vor. Dabei waren Mehrfachantworten möglich:

Hotelausgaben optimieren	60 %
Einhaltung der Reiserichtlinien steigern	55 %
Prozesse für einfache Buchungen verbessern	50 %
Einsparungen bei Flügen und anderen Transportmitteln	50 %
Weitere Konsolidierung des Firmenreiseprogramms	37 %
Entwicklung messbarer Leistungsindikatoren	36 %
Optimierung der Reiserichtlinie	34 %
Besseres Reiseerlebnis für die Reisenden	33 %
Meetings und Events lückenlos und professionell erfassen	32 %
Sicherheit der Reisenden erhöhen	26 %
Umweltfreundlicheres Firmenreiseprogramm	13 %

„Das ganze Jahr 2009 über war es die Hauptaufgabe der Travel Manager, Einsparungen voranzutreiben“, sagt Cathy Voss, Executive Vice President Global Program Solutions bei CWT. „Häufig führte dies zur Reduktion von Geschäftsreisen. Aber auch der Ausbau eines intelligent durchdachten Travel Management rückte deutlich in den Fokus. Das alles wird 2010 fort dauern, auch wenn sich die wirtschaftliche Lage erholt und die Anzahl der Geschäftsreisen wieder zunimmt.“

Für 2010 erwartet CWT eine Senkung verhandelter Hoteltarife und nur eine marginale Nachfrage der Travel Manager und Reiseinkäufer nach dynamischen Hotelpreisen. Aufgrund fortschreitender Konsolidierung der Airlines, Kapazitätsrückgängen und zusätzlichen Entgelten im Flugverkehr geht CWT von höheren durchschnittlichen Flugticketpreisen aus. Darüber hinaus wird der Wettbewerb unter den Bahnanbietern zunehmen, und die Mietwagenunternehmen werden unvermindert auf Kostenkontrolle setzen bei gleichzeitiger Erhöhung der Tarife und Stornogebühren. CWT sieht zudem Weiterentwicklungen zur Verbesserung des Reiseerlebnisses der Geschäftsreisenden durch Mobile Services, papierlose Bordkarten sowie drahtlosen Internetzugang bei Flug- wie Bahnreisen.

Die vollständige Studie „Travel Management Priorities for 2010: Decisive Opportunities for Success“ steht unter www.carlsonwagonlit.de zum Download bereit.

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ist 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. CWT hat 22.000 Mitarbeiter weltweit. Im Jahr 2008 erwirtschaftete Carlson Wagonlit Travel mit Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint Ventures einen globalen Umsatz von 27,8 Mrd. USD. www.carlsonwagonlit.de.

Pressesprecherin (Deutschland):

Martina Egger
VP Strategic Sales & Account Management,
Marketing CEE
Carlson Wagonlit Travel
Tel.: +49 (0)69 15321 1110
meggler@carlsonwagonlit.de

Pressekontakt (Deutschland):

Sandra Kuch
Director Marketing & Communications CEE
Carlson Wagonlit Travel
Tel.: +49 (0)69 15321 1076
skuch@carlsonwagonlit.de