

Globales CWT-Jahresergebnis 2009 von folgenden Faktoren gekennzeichnet:

- **Starkes Kostenbewusstsein der Firmenkunden**
- **Hohe Kundenzufriedenheit**

PARIS, 17. Februar 2010 – Carlson Wagonlit Travel (CWT), ein weltweit führender Anbieter im Geschäftsreisemanagement, hat im Jahr 2009 den Sparwillen seiner Kunden in den Umsatzzahlen gespürt. Gleichzeitig erhielt das Unternehmen hervorragende Noten von den Travel Managern – Beweis dafür, dass CWT die Kunden in Zeiten sinkender Reisebudgets optimal beraten und unterstützt hat.

Die Gesamtzahl der Transaktionen sank 2009 im Vergleich zum Vorjahr um 9,3 Prozent.¹ Der vermittelte Umsatz von insgesamt 21,4 Milliarden US-Dollar² lag 22,8 Prozent unter dem Vorjahr. Der Umsatz sank also stärker als die Anzahl der Transaktionen und damit auch der durchschnittliche Transaktionspreis. Darin spiegeln sich die umfangreichen Kosteneinsparungen der CWT-Kunden wider – weltweit. Die Regionen Asien/Pazifik und EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) waren mit Umsatzrückgängen von 27,6 bzw. 27,1 Prozent am stärksten betroffen. In Lateinamerika sanken die Umsätze im Jahresvergleich um 21,2 Prozent, in Nordamerika um 17,4 Prozent.

Gleichzeitig konnte CWT in der Krise seine Expertise für effektives und kostensparendes Geschäftsreisemanagement voll ausspielen und steht daher bei seinen Kunden glänzend da. 96 Prozent der Kunden blieben CWT im Jahr 2009 treu. Zusätzlich gewann CWT im vergangenen Jahr, in dem ungewöhnlich viele Unternehmen ihre Reisebudgets neu ausschrieben, Neukunden-Etats im Wert von 1,86 Milliarden US-Dollar (ohne Verlängerungen bestehender Verträge). Darüber hinaus stieg der Anteil „zufriedener“ und „sehr zufriedener“ Travel Manager unter den Kunden von 90 Prozent in 2008 auf 94 Prozent in 2009.

Douglas Anderson, President und Chief Executive Officer von CWT, bewertet das Jahr 2009 wie folgt: „Wie alle anderen Unternehmen der Reisebranche sah sich Carlson Wagonlit Travel 2009 mit einzigartigen Herausforderungen konfrontiert“, sagt er. „Wir haben beispiellose Veränderungen bewältigt und unseren Weg durch eine weltweite Rezession gebahnt, wie sie noch niemand von uns erlebt hat. Unser Bekenntnis zu exzellenten Leistungen und zu Kundenservice auf höchstem Niveau stand dabei nie in Frage. Wir haben unser Angebot sogar ausgebaut, um auf die sich ändernden Bedürfnisse unserer Kunden zu reagieren. Diese Anstrengungen werden uns im

¹ Inklusiv Flug, Hotel und sonstigen Transportmitteln für CWT-Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint-Ventures.

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

laufenden Jahr sehr zugute kommen und es CWT erlauben, auch in einem weiterhin schwierigen Geschäftsumfeld die globale Führungsrolle zu stärken.“

Die wichtigsten Ziele für 2010

Nachdem sich das Geschäft von CWT Ende 2009 stabilisiert hat, bleibt Douglas Anderson „vorsichtig optimistisch“, was die kommenden zwölf Monate angeht. In einigen Ländern bleibe die wirtschaftliche Situation unsicher, das Bruttoinlandsprodukt werde insgesamt nur „sanft“ steigen. „Viele unserer Kunden kündigen uns gegenüber an, 2010 wieder mehr zu reisen, um ihr Geschäft voranzubringen. Allerdings bleiben sie kostenbewusst und legen großen Wert auf „produktive“ Geschäftsreisen. CWT wird alles tun, um sie bei diesen nutzenorientierten Anstrengungen erfolgreich zu unterstützen.“

Eine kürzlich veröffentlichte Studie von CWT untermauert diese Einschätzung: 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 die Travel Manager der CWT-Kunden die vier wichtigsten Prioritäten 2010.

CWT stellt sich weiter auf die Marktsituation und die Bedürfnisse der Kunden ein. Dabei konzentriert sich das Unternehmen auf effiziente Prozesse am Point of Sale und die stärkere Nutzung von Online-Buchungssystemen. Auch gut verhandelte und gestaltete Hotelprogramme, die die Einhaltung der Reiserichtlinien unterstützen und den Kunden helfen, ihre Hotelausgaben zu optimieren, stehen ganz oben auf der Tagesordnung. Ebenso wie innovative Produkte und Dienstleistungen, die dafür sorgen, dass Geschäftsreisende von der Buchung bis zu ihrer Rückkehr wohlinformiert und leistungsfähig sind.

Da die Unternehmen zunehmend die Brücke zwischen Travel Management und dem Bereich Meetings und Events schlagen, um Controlling und Einsparungen zu verbessern, baut CWT sein weltweites Meetings- und Events-Angebot weiter aus. Darüber hinaus untersucht das CWT Travel Management Institute gerade eingehend, wie Unternehmen das Management von Meetings und Events verbessern können.

Auch die Weiterentwicklung der CWT Energy Services Group, die sich auf die Betreuung von Energieunternehmen spezialisiert hat, gehört zu den vorrangigen Projekten bei CWT.

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.de.

Pressesprecherin (Deutschland):

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

Pressekontakt (Deutschland):

Sandra Kuch
Director Marketing & Communications CEE

Carlson Wagonlit Travel
Tel.: +49 (0)69 15321 1076
skuch@carlsonwagonlit.de