

Globale Ausgabe von *CWT Vision* nimmt Möglichkeiten zur Verringerung von Flugausgaben unter die Lupe

PARIS, 19. August 2008 – Für viele Travel Manager bilden die derzeit steigenden Flugreisekosten eine der größten Herausforderungen. Zu Zeiten von hohen Ölkursen, gebremstem Wirtschaftswachstum, verringerten Flugkapazitäten und vermindertem Service ist es nicht leicht, die Ausgaben für Geschäftsflüge unter Kontrolle zu behalten. Die neueste globale Ausgabe von *CWT Vision*, veröffentlicht vom CWT Travel Management Institute, widmet sich diesem Thema ausführlich und bietet direkt umsetzbare Erkenntnisse darüber, wie sich Flugreiseausgaben effektiv senken lassen.

An erster Stelle steht dabei die langfristige Buchung von Flugreisen – als Faustregel gilt hier: „Mindestens 14 Tage vor dem Abflug buchen.“ Unternehmen, deren Reiserichtlinien dieser einfachen Regel folgen, können durchschnittliche Einsparungen in Höhe von 2,2 Prozent ihrer Gesamtreiseausgaben (Flüge und Hotels) erzielen. Führen diese Unternehmen darüber hinaus wirksame Maßnahmen ein, mit denen die Einhaltung von Reiserichtlinien verbessert wird, so steigt das Sparpotenzial um weitere 3,5 Prozent.

Weitere mögliche Einsparungen ergeben sich aus der Verhandlung so genannter „Point of Origin“-Vereinbarungen mit bevorzugten Airlines auf globaler Ebene. Immer mehr Unternehmen verhandeln Discounts für besonders volumenstarke Flugrouten auf Grundlage des „Point of Origin“ – also des Abfluglandes – anstelle des „Point of Ticketing“ – des Landes, in dem die Buchung vorgenommen wurde. Hat also ein Unternehmen beispielsweise einen Discount auf der oft genutzten Route London - Kapstadt verhandelt, so können auch Reisende anderer Länder den vergünstigten Preis auf dieser Route nutzen, selbst wenn sie ihre Flüge lokal in ihren jeweiligen Märkten buchen. Einige Unternehmen erzielen durch die zusätzlichen Preisvorteile aus solchen Point-of-Origin-Vereinbarungen Einsparungen von bis zu mehreren hunderttausend US-Dollar.

Online-Buchungen bilden ein weiteres zentrales Sparpotenzial, das viele Unternehmen bisher noch nicht voll ausschöpfen. Durch die Einführung von Online-Buchungssystemen können Unternehmen ihre Flugausgaben um bis zu 15 Prozent senken – sie profitieren dabei von niedrigen Durchschnittspreisen und verminderten Transaktionsgebühren. Ein bedeutender Faktor, der zu Einsparungen führt, ist der „Gewissensvergleich“: Reisende erhalten die verschiedenen Flugpreise in direktem Vergleich auf ihrem Bildschirm angezeigt und entscheiden sich dann oft für die günstigere Alternative. Außerdem neigen Reisende bei der Online-Buchung eher dazu, Flüge bei bevorzugten Airlines zu buchen und die preislich vorteilhaften Tarife zu nutzen.

Zusätzlich zu diesen Themen bietet die neueste internationale Ausgabe von *CWT Vision* einen Vergleich zwischen dynamischen und pauschalen Hotelvereinbarungen sowie neue Erkenntnisse zur Optimierung von Ausgaben für Meetings und Events. Die Veröffentlichung ist in englischer Sprache auf www.carlsonwagonlit.de unter dem Menüpunkt CWT News & Media erhältlich:

<http://www.carlsonwagonlit.com/de/countries/de/news/studien.html>.

Über das CWT Travel Management Institute

Das CWT Travel Management Institute untersucht Praktiken des effektiven Travel Management tief greifend, um Kunden weltweit dabei zu helfen, den größten Mehrwert mit ihrem Firmenreiseprogramm zu erzielen. Hierbei greift das CWT Travel Management Institute auf die globalen Ressourcen von Carlson Wagonlit Travel zurück. Ziel ist es, einen regelmäßigen Strom von Business Intelligence und Best Practices zu gewährleisten, der handlungsbezogene Einblicke in die von CWT identifizierten acht Ansatzpunkte für ein effektives Travel Management gibt. Zu diesem Zweck gibt das CWT Travel Management Institute Originalstudien, White Papers und Case Studies sowie das dreimal jährlich erscheinende Magazin CWT Vision heraus. Jüngste Veröffentlichungen beinhalten: *Nach den Regeln spielen: Optimierung von Reiserichtlinien und ihrer Einhaltung* (2008), *Globale Horizonte: Die Konsolidierung eines Firmenreiseprogramms* (2007), *Toward excellence in online booking* (2006), *Effektives Travel Management: Acht Ansatzpunkte für Erfolg in einem dynamischen Umfeld* (2005).

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 und Security 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 2007 erwirtschaftete Carlson Wagonlit Travel mit Agenturen in alleiniger Eigentümerschaft und Joint Ventures einen globalen Umsatz von 25,5 Mrd. USD. www.carlsonwagonlit.de.

Carlson Wagonlit Travel

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

Sandra Kuch
Director Marketing & Communications CEE

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