



August 2009

Lufthansa City Center sind 2009 für den Geschäftsreiseverkehr bestens aufgestellt.

**Umsatzmilliarde im Jahr 2008 erstmals erreicht – Alle Business Plus-Büros zertifiziert.
Weitere erfolgreiche Internationalisierung als Travel Management Company für Mittelstand
und Großkunden.**

Die Lufthansa City Center (LCC), mit rund 300 Büros eine der führenden Reisebüroorganisationen Deutschlands, konnten 2008 trotz der allgemeinen Finanzkrise und den damit verbundenen Einschnitten bei Dienstreisen ihre engagierten Ziele im Geschäftsreiseverkehr in vollem Umfang erreichen: LCC erzielte mit der Marke „BusinessPlus“ zum ersten Mal ein Milliarde Euro Umsatz, alle Business Plus-Büros in Deutschland sind jetzt mit dem Qualitätssiegel nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert und LCC/Business Plus ist heute als international tätige Travel Management Company aufgestellt, die sowohl den Mittelstand als auch Großkunden bedient. Mit 1,02 Milliarden Euro (915 Millionen Euro im Jahr zuvor) legte der renommierte Franchiseverbund um 105 Millionen Euro zu und konnte damit seine Marktposition im erheblich schwieriger gewordenen Segment des Firmengeschäfts klar festigen und ausbauen.

Michael Marx, Bereichsleiter Business Plus: „Wir sind von Januar bis Oktober des vergangenen Jahres monatlich kräftig gewachsen – zum einen, weil die Lufthansa City Center mit der Marke Business Plus hoch attraktive, individuelle Travel Management-Konzepte bieten, zum anderen, weil LCC gegen harte Konkurrenz neue Firmenetats gewinnen konnte, die insbesondere international strukturiert sind. Und gerade auf internationaler Ebene ist die LCC-Organisation heute besser aufgestellt denn jemals zuvor.“

Der Aufschwung im LCC-Firmengeschäft in den Monaten Januar bis Oktober 2008 stammte insbesondere aus dem Flugbereich, wo die Reisetätigkeit nach Asien und Nordamerika sichtlich belebt war. Dazu wurden zugleich mehr Business Class-Flüge gebucht. Auch der innereuropäische Flugverkehr trug zum Aufschwung bei mit der Folge, dass die LCCPartnerbüros ein kräftiges Polster aufbauen konnten, das in den letzten zwei Monaten 2008 dünner wurde, wobei die anvisierte Marke von einer Milliarde Euro Umsatz trotzdem erreicht werden konnte.

Michael Marx: „Mittelstand und große Unternehmen honorieren unser perfektes Zusammenspiel zwischen modernster Buchungselektronik und stationärem Reisebürovertrieb. Firmen schätzen außerdem die maßgeschneiderten Lösungen für ihr Travel Management genauso wie die persönliche Betreuung der Reiseetats. Die hohe Qualität unserer Serviceleistungen werden wir auch 2009 unbeirrt fortsetzen.“

Mit der Marke Business Plus sind die Lufthansa City Center bestens aufgestellt. Die Gruppe betreut heute global 51.000 Firmenkunden in Mittelstand und Großindustrie. Business Plus bietet perfekte Dienstleistungen für Firmenkunden zu attraktiven Konditionen. Unternehmen können verschiedene Betreuungsmodelle mit unterschiedlichen Leistungs- und Vergütungsvarianten wählen, ganz nach der gewünschten Servicetiefe. Diese reicht von effizienter Betreuung durch ein stationäres Business Plus LCC-Reisebüro vor Ort bis hin zu modernen Online-Dienstleistungen.