



København den 3 februar 2012

Trods økonomisk uro i verden
Reelle prisstigninger på flyrejser og hoteller i 2012

- *Det bliver dyrere at flyve og bo på hotel i 2012*
- *I Danmark vil prisen på flybilletter til interkontinentale flyrejser stige med op til 5 procent*
- *Økonomisk uro verden over kan påvirke prisen på forretningsrejser*

American Express Global Business Travel har lanceret sit Global Business Travel Forecast for det kommende år, en årlig rapport, der er baseret på undersøgelser foretaget i efteråret 2011. Heraf fremgår det, at man i Europa i 2012 forventer en stigning i flypriserne på 7 procent og i hotelpriserne på op til 6 procent. Samme stigning ses også i de nordiske lande, både hvad angår flybilletter på økonomiklasse og business class og hoteller i mellem- og luksusklassen. Priserne stiger med andre ord på trods af den økonomiske uro i verden.

Prognose for 2012: Højere priser for langdistanceflyvninger fra de nordiske lande

Land	Flypris	Kortdistanceflyvninger: flyrejser inden for Europa (Økonomibillet)	Kortdistanceflyvninger: flyrejser inden for Europa (Business class-billet)	Langdistanceflyvninger: interkontinentale flyrejser (Økonomibillet)	Langdistanceflyvninger: interkontinentale flyrejser (Business class-billet)
Sverige	-1,0 til 1,0 %	2,9 til 4,0 %	5,0 til 7 %	4,0 til 6 %	
Norge	-3,0 til -1,0 %	1,0 til 3,0 %	3,0 til 5 %	3,0 til 5 %	
Danmark	-1,0 til 1,0 %	0,0 til 2,0 %	3,0 til 5 %	1,0 til 3 %	
Finland	-2,0 til 0,0 %	-2,0 til 0,0 %	-1,0 til 2 %	1,5 til 4 %	

I Sverige forventes billetpriserne for interkontinentale flyvninger at stige mest, op til 7 procent, da kapaciteten på disse flyvninger ikke er steget lige så meget som efterspørgslen. Også i Norge og Danmark ses stigninger på op til 5 procent for interkontinentale flyrejser.

Når det gælder flyrejser inden for Europa vil prislejet være mere stabilt i både Sverige, Norge og Danmark. Det skyldes konkurrence fra, og markedseksponering af lavprislejerselskaber som Blue One og Norwegian.

Prognose for 2012: Højere priser på hotelovernatninger i Norden, især i Norge og Sverige

Land	Hotelpriis	Mellemklasse	Luksusklasse
Sverige	0,4 til 4,4 %	1,6 til 5,6 %	
Norge	4,6 til 8,6 %	2,3 til 6,3 %	
Danmark	-0,7 til 3,3 %	0,0 til 4,0 %	
Finland	0,9 til 4,9 %	0,5 til 4,5 %	

Sammenlignet med mange andre europæiske lande har de nordiske lande ikke været lige så hårdt ramt af den økonomiske nedgang. Det kan mærkes på prisniveauet for en hotelovernatning. I Norge forventes hotelpriserne i både mellem- og luksusklassen at stige med henholdsvis 8,6 og 6,3 procent. Også i Sverige ser man en reel prisstigning; 4,4 procent for hoteller i mellemklassen og 5,6 procent for hoteller i luksusklassen, mens der forventes lavere stigninger i Danmark (eventuelt).



Prognose for 2012: Forretningsrejser bliver dyrere i hele verden i en tid med økonomisk uro

Region	Kortdistanceflyvninger: flyrejser inden for Europa (Økonomibillet)	Kortdistanceflyvninger: flyrejser inden for Europa (Business class-billet)	Langdistanceflyvninger: interkontinentale flyrejser (Økonomibillet)	Langdistanceflyvninger: interkontinentale flyrejser (Business class-billet)
EMEA	0,0 til 4,0 %	1,0 til 4,0 %	2,5 til 5,0 %	3,0 til 7,0 %
Nordamerika	2,0 til 5,0 %	5,0 til 7,0 %	0,5 til 3,5 %	3,0 til 5,0 %
Latinamerika	4,0 til 6,0 %	6,0 til 9,0 %	3,0 til 5,0 %	5,0 til 8,0 %
Asien/Australien	1,0 til 5,0 %	2,0 til 6,0 %	5,0 til 9,0 %	6,0 til 10,0 %

Prognose for 2012: Højere priser for hotelovernatninger i regioner i hele verden

Region	Hotelpriis	
	Mellemklasse	Luksusklasse
EMEA	0,5 til 4,5 %	1,0 til 5,0 %
Nordamerika	2,5 til 6,5 %	1,5 til 5,5 %
Latinamerika	1,0 til 5,0 %	2,0 til 6,0 %
Asien/Australien	6,0 til 10,0 %	6,0 til 10,0 %

I en tendens, der allerede kunne ses i sidste års prognose, vil fly- og hotelpriiserne stige næste år i hele verden. Men samtidig påpeger rapporten, at årets prognose er mere usikker på grund af den økonomiske uro. Der er store forskelle for forskellige lande, frem for alt i Europa.

– De nye tal viser, at virksomheder vil opleve prisstigninger på forretningsrejser både i og uden for Norden. I en tid med økonomisk usikkerhed kræver det nøje planlægning og en tydelig rejsestrategi for virksomheder med rejseaktivitet, udtaler Kaveh Atrak, General Manager for American Express Global Business Travel AB, Norden.

Hvad kan virksomhederne gøre?

Priserne på flyrejser og hotelværelser ser ud til fortsat at stige, og den herskende usikkerhed omkring den globale økonomi betyder, at mange virksomheder vil være tilbageholdende med deres rejseaktiviteter. Det kan være en god idé for virksomheder at lave en plan og gennemgå de interne rejseaktiviteter for fortsat at kunne rejse ud til nuværende og potentielle kunder. Som virksomhed bliver det også endnu vigtigere, aktivt at påvirke de rejsendes valg for ikke at få hele markedsprisstigningen på rejsebudgettet.

– Det er ikke nok at udstikke retningslinjer, men virksomheder bør indføre procedurer for at måle, hvad der er interne kontra eksterne rejseaktiviteter samt implementere støtteværktøjer og foretage gode rejsebudgetopgørelser, så det bliver lettere at træffe de rette valg, siger Jonas Borglin, Director, Global Advisory Services hos American Express Global Business Travel. En af anbefalingerne er f.eks. at booke fly og hotel længere tid i forvejen for at få adgang til den rette type billetter, tilføjer han.

Den samlede rapport og prognoserne kan bestilles

Rapporten Global Business Travel Forecast 2012 koster 495 USD pr. bruger for American Express Global Business Travel-kunder og 995 USD pr. bruger for ikke-kunder. Rapporten indgår også i den årlige afgift til eXpert insights research, som er 1.500 USD. De, der abonnerer på eXpert insight, får adgang til indholdet i mere end 75 publikationer og sammenligninger, som dækker rejser og priser på rejser. Rapporten eller abonnement på



tjenesten eXpert insight kan bestilles ved at sende en e-mail til advisoryservices@aexp.se eller ved at besøge www.businesstravelconneXion.com.

Prognosemetode

Prognoserne for 2012 er baseret på en række datakilder, såsom American Express Business Travel Monitor, American Express pris- og transaktionsdatabase, Smith Travel Research (STR) Global Hotel Reviews og undersøgelser fra NBTA-IHS Global Insight, som dækker markedet for forretningsrejser. Beregningerne bygger på en kombination af data fra disse kilder og interviews med eksperter fra American Express. Data fra NBTA-IHS Global Insights og fra STR er anvendt med tilladelse fra begge organisationer.

Selvom prognoserne og beregningerne i rapporten er baseret på oplysninger, der er indsamlet fra interne og eksterne kilder, som American Express Business Travel anser for at være pålidelige, kan der ikke garanteres for rigtigheden af prognoserne. Faktiske ændringer i udgifterne til forretningsrejser kan komme til at afvige anseeligt fra prognoserne på grund af uforudsete fremtidige politiske, økonomiske og/eller miljømæssige begivenheder. Alle prisændringer er beregnet på årsbasis og udgør gennemsnittet af den faktiske pris betalt for fly- og hoteltransaktioner.

Om American Express Global Business Travel

American Express Global Business Travel (www.americanexpress.com/businesstravel) er en afdeling af American Express Company, som har fokus på at hjælpe kunderne med at maksimere afkastet af deres rejseinvesteringer via større omkostningsbesparelser, kundeservice i verdensklasse samt at bedre kontrol med rejseudgifterne. American Express Business Travel tilbyder kunder lige fra små virksomheder til multinationale virksomheder en kombination af brancheførende teknik, "travel management", strategiske indkøb og støtte ved forhandlinger med leverandører af rejsetjenester. Dertil kommer global kundeservice og tilgængelighed både online og offline. Selskabet tilbyder også adgang til en dynamisk community (www.businesstravelconneXion.com), som udnytter den samlede viden hos alle i forretningsrejsebranchen ved at tilbyde forskellige perspektiver, bedste praksis, aktuel forskning og nyheder inden for branchen.

Om American Express

American Express er en global servicevirksomhed, der tilbyder sine kunder adgang til produkter, viden (kan vi bruge "viden" i stedet for indsigter, som vi ikke bruger i DK) og oplevelser, der beriger livet og skaber forretningssucces. Læs mere på www.americanexpress.dk og på www.facebook.com/americanexpress, www.twitter.com/americanexpress og www.youtube.com/americanexpress.

Kontakt: Sten Haage, StrandbergHaage +46-709-955275, sten@strandberghaage.se

Elizabeth Walentin, StrandbergHaage, +46-739-600621, elizabeth@strandberghaage.se

AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL



American Express Business Travel AB, Hjemsted: Stockholm, Virksomhedsnr.: 556051-4423

AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

