



Contact:

Suzanne Withers
020 7976 4604
Suzanne.A.Withers@aexp.com

Deepa Bose
020 7976 4677
Deepa.B.Bose@aexp.com

AMERICAN EXPRESS LANSERAR BUSINESS TRAVEL MONITOR EMEA, MED EN HALVÅRSRAPPORT ÖVER 2008

- *Variationer i billigaste ekonomiklass: oljepriset ger prisökningar under Q1*
 - *Dämpad efterfrågan skapar nedgång under Q2 –*
 - *Stabila hotellpriser samt flygpriser för Business och First Class –*

London – American Express lanserade idag sin Business Travel Monitor för Europa, Mellanöstern och Afrika (BTME). Den ska fortsättningsvis ge kunderna en branschledande inblick, kvartal för kvartal, vad gäller trender och prisutveckling för de viktigaste resekategorierna. Enligt den första rapporten, som kommer att finnas tillgänglig under oktober, ökade priserna för de billigaste ekonomiplatserna på långrutter från Europa under första kvartalet, på grund av de kraftigt ökande oljepriserna. Dessa prisökningar dämpades dock under Q2 på grund av nedgång i efterfrågan. Noteras kan att priserna för andra serviceklasser, liksom inrikes och korta rutter, förblev relativt stabila över hela Europa.

Joakim Johansson, Vice President Advisory Services, American Express Business Travel EMEA, säger, "Situationen för flygbolagen har försämrats under första halvåret och 24 flygbolag gick i konkurs under perioden. Knappt hälften av dessa hade bas i Europa. Medan de europeiska priserna har fluktuerat vad gäller ekonomiklass har biljettpriserna i andra klasser, i genomsnitt, varit relativt stabila. Detta trots att trycket i branschen och effekten av Open Skies pressat ned Business Class-priserna avsevärt på vissa huvudsträckor. "

Han fortsätter, "I det nuvarande ekonomiska klimatet är efterfrågan förståeligt nog hög för de insikter och benchmarks som Business Travel Monitor kan leverera. Rapporten är ett viktigt verktyg för rese- och upphandlingsansvariga, transparens ökar möjligheten till kontroll och effektivitet i affärsresehanteringen".

Stigande oljepriser påverkar Q1 stort

Det stigande oljepriset drev upp priserna i billigaste ekonomiklassen med 7,1%. Det var framför allt bränsle-intensiva långdistansflygningar till Latinamerika och Karibien (upp 29,2%) och Nordamerika (15,5%) som påverkade statistiken. I Storbritannien ökade priserna i billigaste ekonomiklass med 11,3%, en av de största ökningarna i Europa. Detta berodde främst på högre priser på långgrutter till Latinamerika och Karibien (17,3%) och Nordamerika (20,8%). Lägsta Business-priserna blev också högre under Q1, 6,2%.

Övriga biljettprisklasser ändrades minimalt, prissättningen på inrikes, kort- och långresor var relativt stabil.

Sjunkande efterfrågan vände Q1-ökningarna

När efterfrågan minskade under Q2 vände biljettpriserna för lägsta ekonomiklass. I denna klass sänktes priserna med 12,5% över kvartalet. En prisnedgång upplevdes i alla kategorier, inklusive inrikes (-11,5%), kortare (-11,7%) och långdistansflygningar till Latinamerika och Karibien (-26,6%).

I Storbritannien sänktes billigaste ekonomiklass-priserna markant under Q2 (-20,2%). Biljettpriserna till Nordamerika sjönk med nästan hälften (-49,1%), och till Japan, Sydostasien & Australien, samt Latinamerika & Karibien med omkring en fjärdedel (-22,0% respektive -25,9%). Inrikes och korta resor var märkbart oberörda.

Prissättningen i andra klasser varit förvånansvärt stabil, med tanke på turbulensen på marknaden.

Jämförelse år för år

Vid en jämförelse år för år var den största förändringen, än en gång, i lägsta ekonomiklass där priserna var 10,9% lägre än Q2 2007, men även de lägsta Business-priserna gick ned (-4,3%).

Priserna i Storbritannien har förändrats jämförelsevis lite. Den största förändringen finns i fullpris ekonomi, där priserna var 9,0% högre än under Q2 2007. Priserna i lägsta ekonomiklass minskade med 7,8% under samma period. Detta speglar flygbolagens förmåga att fortsätta höja biljettpriserna för dyrare affärsresor, där efterfrågan fortfarande är stark, medan man sänker priset på fritidsresor för att kunna konkurrera med lågprisbolagen.

Effekterna av Open Skies

Open Skies operativa start under början av Q2 illustrerar den effekt som konkurrens kan ha på biljettpriser. Det genomsnittliga Business Class-priset på linjer med ökad konkurrens minskade:

- London till Newark: -25%
- London till New York-JFK: -24%
- London till Los Angeles: -9%
- London till Seattle: -9%.

Hotellpriserna stabiliseras

Efter år av konstant hög tillväxt stabiliseras nu hotellmarknaden i Europa och på många håll minskar det genomsnittliga dagliga priset (ADR) som betalas av American Express kunder.

Denna tendens visade sig tydligt i genomsnittet för Q1 och Q2 2008. Under Q1 hade 41 av de 48 storstadspriser som vi övervakar en genomsnittlig ökning med

6,9%, jämfört med året innan. Denna trend vände under Q2, då 30 av 48 städer visade prissänkningar på 3,6%. Noterbart är att Stavanger i Norge uppvisade den största ökningen i hela Europa (26,3%) medan Paris noterade den största minskningen (-37%). Paris, (tillsammans med Rom där den genomsnittliga minskning var -32,4%), var särskilt drabbade av de europeiska valutornas relativa styrka jämfört med den amerikanska dollarn, vilket minskade inkommande fritidsresor från Nordamerika.

Effekterna av nedgången inom den finansiella sektorn drabbade städer som London, Frankfurt, Edinburgh, Genève och Paris, där alla såg sänkningar av det genomsnittliga dagliga priset. London - som är mycket utsatt för den finansiella sektorns problem - visade en mycket liten prisökning under Q1 och priserna gick ned 7,7% på årsbasis under Q2.

Oljeindustrins styrka i världen var en viktig faktor i den starka ADR-tillväxt som kan ses i norska städer samt i Aberdeen, Skottland. Tyska städer med stark industriell ekonomibas (som Dusseldorf, Köln och Hannover) visade också stadig ADR-ökning.

Karen Penney, Vice President Business Solutions, American Express Global Commercial Card, kommenterar: "Parallellt med de utmaningar som för närvarande påverkar flygbranschen upplever vi nu att den europeiska hotellmarknaden går in i en ny fas, med minskad efterfrågan och lägre priser. Vår analys visar att priserna som betalas av American Express-kunder, efter år av stark tillväxt, nu sjunker i många centrala europeiska städer." Hon tillägger: "Framför allt märker vi att den finansiella sektorns nedgång gör sig påmind, med hotellpriser som sjunker i många europeiska finanscentra som London, Frankfurt, Paris, Genève och Edinburgh. "

About the American Express Business Travel Monitor

The American Express EMEA Business Travel Monitor is a comprehensive, easy-to-use, quarterly report providing detailed trend analyses for air fares and hotel rates. The report leverages American Express' extensive global databases of purchase information across Commercial Card and Business Travel. Airfares* and hotel rates are tracked across the following EMEA countries: Austria, Belgium, Czech Republic, Denmark, Finland, France, Germany, Hungary, Ireland**, Israel**, Italy, Netherlands, Norway, Poland, Russia, Spain, Sweden, Switzerland Turkey, UAE and the UK.

Notes: *From Q3 2008, published and purchased airfares will be included, **Trend information only available for hotel rates. 'Lowest Economy' fares refer to the average of the lowest 10 percentile of Restricted Economy fares.

About American Express

American Express Company (www.americanexpress.com) is a diversified worldwide travel, financial and network services company founded in 1850. It is a world leader in charge and credit cards, Travelers Cheques, travel, and business services.

American Express Business Travel (www.americanexpress.com/businesstravel), a division of the American Express Company, is dedicated to helping its clients realize the greatest possible value from their investment in travel through increased cost savings, outstanding customer service and greater spend control. For small businesses, medium-sized enterprises and multinational corporations, American Express Business Travel provides a combination of industry-leading booking technology, travel management consulting expertise, strategic sourcing and supplier negotiation support, and customer service available online and offline, around the world. American Express operates one of the world's largest travel agency networks with \$26.4 billion in global travel sales in 2007

About American Express Global Commercial Card

Through its Global Commercial Card group, American Express provides the Corporate Card™, Corporate Purchasing Solutions™, S2SSM and other expense management services to mid-sized, large and global companies worldwide. In the US, it is the leading issuer of commercial cards, serving more than 50% of the Fortune 500 as well as tens of thousands of mid-sized companies. American Express issues local-currency commercial cards in 40 countries, and International Dollar Corporate Cards in an additional 100 countries. More information can be found at <http://www.americanexpress.com/corporateservices>.