

# touristik aktuell

WOCHENZEITUNG FÜR TOURISTIKER

www.touristik-aktuell.de | www.facebook.com/touristikaktuell

„Das ist aus unserer Sicht nicht akzeptabel.“



Cook-Vertriebsleiter **Carsten Seeliger** über die Diffamierung von Reisebüros durch die Cook-Marke Urlaubshop

## Tops

- 4 **Counterpart:** Guter Januar
- 4 **Cirrus:** Es gibt noch Hoffnung
- 5 **DRV:** Salzburg sagt ab
- 5 **Air Berlin:** Geld von Etihad

## Schwerpunkte



17 **Asien/Pazifik + Korea/Japan/Taiwan**



23 **Golfreisen**



29 **Mittelmeer**

## Schwungvoll in den Sommer

2012 könnte wieder ein gutes Jahr für die Reisebranche werden



Sonnige Aussichten: Das Sommergeschäft ist für alle gut angelaufen

**Frankfurt.** Mit einem sensationellen Wachstum ist Schauinsland-Reisen in die Sommersaison 2012 gestartet: Um 25 Prozent liegen die Duisburger derzeit über den Zahlen des Vorjahres. Mit diesem Wert dürfte Schauinsland vermutlich den höchsten Ausschlag in der Wachstumskurve aller großen Pauschalreiseveranstalter haben. Doch auch die Konkurrenz liegt offenbar gut im Rennen. Erst kürzlich hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) in ihrem Reisebüro-Panel ein Plus von 16 Prozent bei den Sommerbuchungen ermittelt (siehe oben).

### Starkes Vorjahr noch getoppt

Während sich TUI und Thomas Cook aus Rücksicht auf die Börse bis zum nächsten „Trading Update“ bedeckt halten, berichtet FTI-Geschäftsführer Dietmar Gunz von einem „gut einstelligen Plus“. Alltours liegt laut Unternehmensgründer Willi Verhuvén „über Plan“. Die Duisburger streben für das Gesamtjahr ein Umsatzplus

**Nürnberg (ta).** Das Geschäft der klassischen Reisebüros entwickelt sich derzeit besser als das der Reiseportale im Internet. Dies geht aus einer aktuellen Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hervor. Das Wintergeschäft lag demnach bis Ende Dezember im klassischen Reisevertrieb mit zwölf Prozent im Plus, die Onliner kamen nur auf einen Zuwachs von sieben Prozent. Der kommende Sommer liegt bei den Reisebüros laut GfK Travel Insights derzeit mit 16 Prozent im Plus, bei Portalen sind es 14 Prozent. Ein wichtiger Grund für den Vorsprung der klassischen Reisebüros ist das Kreuzfahrtgeschäft. Hier erzielen

sie laut GfK „ein überdurchschnittlich hohes Wachstum“, während Kreuzfahrten bei Onlinern „nur eine untergeordnete Rolle“ spielen. Die bei den deutschen Urlaubern so stark nachgefragten Reiseländer Spanien und Türkei weisen im Online-Reisevertrieb dagegen aktuell die höheren Zuwachsraten auf. Ägypten, gewöhnlich eines der stärksten Winterziele, liegt online gebucht sogar leicht im Plus, während die Buchungsumsätze im Reisebüro noch rund 27 Prozent hinter dem Vorjahr zurückliegen. Die Online-Umsätze der klassischen Reisebüros sind in den obigen Statistiken nicht erfasst.

lichen Vollcharter von Frankfurt nach Fuerteventura und prüft die Aufnahme weiterer Kapazitäten. Bei FTI sind keine Kapazitätserweiterungen geplant. „Wir stocken derzeit weder auf noch ab“, sagt Geschäftsführer Gunz. Und auch Thomas Cook und TUI sehen sich gut aufgestellt. Sollte es Änderungen in der Nachfrage geben, könne man „schnell und flexibel“ reagieren, heißt es unisono aus Hannover und Oberursel.

### Zielgruppenangebote im Trend

Bei den Reisezielen stehen die Türkei und die spanischen Inseln sowie die Fernstrecke in der Kundengunst ganz oben. Bei anderen Zielgebieten lässt sich noch keine klare Tendenz erkennen. Während Bulgarien etwa bei Alltours auf Vorjahresniveau rangiert, legen die Gästezahlen für das Land am Schwarzen Meer bei TUI etwa um ein Drittel zu. Hauptgrund sind die neuen Flüge von TUI Fly nach Burgas. Ägypten hat bei Thomas Cook „noch Probleme“ – bei Schauinsland und FTI entwickelt sich die Destination dagegen gut. Bei den Münchnern liegen dagegen Griechenland und das italienische Kalabrien aufgrund der politischen Situation beziehungsweise der lange diskutierten Bettensteuer noch „im unteren Bereich“. Ein weiterer Trend für den Sommer 2012: Der Kunde verlangt zunehmend passgenaue Produkte. Bei Thomas Cook laufen die Konzeptprodukte, bei TUI die eigenen Hotelkonzepte besonders gut. Schauinsland-Chef Gerald Kassner verweist auf eine starke Nachfrage nach Pauschalpaketen mit inkludierten Wellness- und Sportarrangements sowie Relax- und Aktivitätsprogrammen. Auch FTI-Mann Gunz beobachtet seit längerer Zeit die Nachfrage nach „sehr spezifischen Angeboten“: „Das bestärkt uns, weiter an den auf sehr spezielle Kundengruppen zugeschnittenen Programmen zu arbeiten.“

Fotos: Margot Kessler/pixelio.de, Thomas Cook

Julia Treuherz