

17.01.2007 - 11:47 Uhr

Last Minute-Geschäft wächst stärker als der Reisemarkt / Städtereisen boomen; Internetvertrieb legt 23 Prozent zu.

Baden-Baden (ots) -

Die LTUR AG hat auch das 19. Geschäftsjahr mit einem Rekordergebnis abgeschlossen. 2006 stieg der Ticketverkauf um 2,8 Prozent von 750.000 auf 771.000, der Umsatz um 4,2 Prozent von 357 auf 372 Millionen Euro. Der führende Last Minute-Anbieter, an dem die TUI AG mit 46 Prozent, die Thomas Cook AG mit zehn Prozent sowie LTUR-Vorstandsvorsitzender Karlheinz Kögel mit 44 Prozent beteiligt sind, wuchs damit wieder schneller als der gesamte Reisemarkt, der nach Angaben der Fachzeitschrift FVW nur 2,7 Prozent Umsatzplus machte. "Der Trend ist unser Freund: Kurzfristig mal weg ist trendy und wir werden auch 2007 zulegen", so Kögel.

Weil immer mehr Kunden hochwertigere Reisen kaufen, kletterte der durchschnittliche Reisepreis von 476 auf 482 Euro. Kögel: "Unsere Kunden kombinieren zunehmend 2 Vorteile: Kurzfristig zum besten Preis ein Hotel zu buchen, das man sich zum Normalpreis nicht hätte leisten können. Der Doppel-Whopper für Smart Shopper."

Städtereisen sorgen für hohen Zuwachs

Bei Städtereisen verzeichnete LTUR mit 15 Prozent den größten Zuwachs. Top-Ziele waren Wien, Paris, Rom, Barcelona, Lissabon und Berlin.

Rund zwei Drittel aller Reisen werden jedoch nach wie vor in Badedestinationen gebucht. Mallorca blieb der Favorit unter den Last Minute-Zielen. Darauf folgen die Kanarischen Inseln, die Türkei und Griechenland mit 20 Prozent Plus als Last-Minute-Aufsteiger des Jahres, dahinter Deutschland auf Platz fünf.

Die Reduzierung der Last Minute-Kontingente durch die Veranstalter zeigten laut Kögel "keine Auswirkungen. Durchschnittlich konnten unsere Kunden zwischen zwei Millionen Reisen mit Abflügen in den nächsten vier Wochen wählen." Hotelbuchungen mit Eigenreise stiegen um zehn Prozent, viele wurden verbunden mit Wellnessangeboten. "Damit zählt dieses Segment zu den Gewinnern im Last Minute-Geschäft." Durch neue direkte Schnittstellen in die Reservierungssysteme der Hotelketten Hilton und Accor sowie zu den Hotelprovidern Hotelbeds und GTA kann LTUR nun weit über 10.000 Hotels Last Minute anbieten. Das sind mehr als doppelt so viele wie 2005.

Um zwölf Prozent stieg 2006 der Verkauf von Flugtickets. Etwa jeder vierte Kunde bucht inzwischen nur einen Flug. Bewährt hat sich laut Kögel die Endpreisgarantie. "Wir weisen alle Preise nur inklusive aller Steuern und Gebühren aus." Mit Airlines wie Hapagfly, Air Berlin, Condor oder LTU gibt es ebenfalls direkte Schnittstellen und teilweise exklusive Last Minute-Raten.

Internet und Shops auf Wachstumskurs

LTUR vernetzt nach Angaben von Kögel Internet, Call Center und LTUR-Shops optimal und profitiert davon. 68 Prozent vom Gesamtumsatz erwirtschafteten die 156 Shops. Bis zu 15 weitere sollen deshalb europaweit in den nächsten beiden Jahren eröffnet werden. Internet und Call Center generierten 32 Prozent des Umsatzes. Die Internetbuchungen stiegen rasant um 23 Prozent.

Ausblick auf das neue Geschäftsjahr

Für 2007 rechnet L'TUR mit einem fortlaufenden Boom bei Städtereisen, Wellness- und Luxus-Trips. Nachdem Städtereisen im vergangenen Jahr bereits mit 15 Prozent den größten Zuwachs brachten, werden Citytrips weiter stark ausgebaut. "Die Reisedauer sinkt, dafür schiebt man zwischen den Strandurlaub auch mal Barcelona oder Wien ein. Vielfalt und Abwechslung liegen im Trend. Wer zum Beispiel 1.500 Euro im Reisebudget für das Jahr hat, kann mit L'TUR dreimal verreisen", so Kögel. Er plane auch für 2007 mit einer Umsatzsteigerung, die über dem Marktwachstum liege. Zu dem soll auch das neue Fernreiseziel Ras al-Khaimah in den Vereinigten Arabischen Emiraten beitragen. Ab Februar fliegt Air Berlin exklusiv für L'TUR in das Sonnenparadies. Die Zahl der deutschen Gäste in die Emirate vervierfachte sich bei L'TUR in den vergangenen vier Jahren auf 14.000 Urlauber pro Jahr.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

L'TUR Presse:

Tanja Dauth

Augustaplatz 8

76530 Baden-Baden

Telefon 07221/366 366

Fax 07221/366 639

mail to: presse@ltur.de

www.ltur-presse.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002377/100522981> abgerufen werden.