



04.05.2012 - 09:00 Uhr

alltours meldet zweiten Rekordwinter in Folge und steigert Umsatz um rund 10%

Duisburg (ots) -

Der Reiseveranstalter alltours hat den abgelaufenen Winter mit den besten Geschäftszahlen seit Unternehmensgründung abgeschlossen. Mit einem Plus von rund 10% beim Umsatz und ca. 8% bei den Gästezahlen gehört alltours mit seinen Veranstaltermarken alltours flugreisen, alltours-X und BYE.bye zu den Wachstumssiegern der Branche. Der Reiseveranstalter alltours und seine Töchter haben damit weitere Marktanteile hinzugewonnen. alltours hat mit diesem Ergebnis sein Anfang der Wintersaison ausgegebenes Wachstumsziel von 7,5% Umsatzplus deutlich übertroffen.

"Das war der erfolgreichste Winter der Unternehmensgeschichte. Und das, nachdem wir im Vorjahreswinter auch schon zweistellig gewachsen sind", sagte alltours Geschäftsführer Willi Verhuvén. Mehr als 330.000 Urlauber sind zwischen Oktober und April mit alltours verreist. Das sind ca. 8% mehr als im Winter 2010/2011. Das Wintergeschäft macht bei alltours rund ein Fünftel des Jahresumsatzes aus.

Wachstumsmotor war der deutsche Markt, aber auch die Quellmärkte Niederlande, Österreich und Schweiz haben zum Umsatzwachstum beigetragen. Die dynamisch paketierte Reisen sind schneller gewachsen als das Kataloggeschäft. Aus dem Kataloggeschäft generiert alltours nach wie vor mit großem Abstand das Hauptvolumen beim Umsatz.

"Wir freuen uns über dieses Ergebnis, weil es zeigt, dass unsere Strategie der Preis-Leistungs-Stärke aufgegangen ist. alltours ist im Winter schneller als der Wettbewerb gewachsen. Dadurch haben wir Marktanteile hinzugewonnen und unsere Position ausgebaut. Diesen Rückenwind spüren wir auch für das Sommergeschäft", sagte Geschäftsführer Willi Verhuvén.

Der wies daraufhin, dass sich aus seiner Sicht das Kundenverhalten im Winter geändert hat. Immer mehr Urlauber verkürzen die kalte und dunkle Jahreszeit in der Heimat durch einen Sonnenurlaub. Der sogenannte Winterbreak gehört für viele Urlauber zum festen Bestandteil der Jahresurlaubsplanung. Dabei achten die Gäste weiterhin auf Sparvorteile, Frühbucherrabatte und Reiseziele mit einem besonders guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Das volumenstärkste Ziel waren im vergangenen Winter erneut die Kanaren. alltours hat die Gästezahlen dort um rund 10% gesteigert. Überdurchschnittlich stark bei alltours Gästen waren im vergangenen Winter Fuerteventura, Teneriffa und La Palma gefragt. Die Fernstrecke ist um mehr als 30% gewachsen. Zu den zählten hier die Dominikanische Republik, Thailand und Kuba.

Die Buchungszahlen für Urlaube in Ägypten und Tunesien haben sich erholt, aber das Niveau der Jahre vor den politischen Umwälzungen noch nicht erreicht. Leichte Umsatzrückgänge gegenüber dem Vorjahreswinter gab es auf Mallorca. Den Grund dafür sieht alltours in einer kurzfristigen Änderung des Winter-Flugplanes von airberlin. "Dadurch wurden die Kapazitäten deutlich reduziert. Wir freuen uns, dass airberlin im kommenden Winter das Kontingent wieder ausweiten will", sagte Verhuvén.

Auch im laufenden Sommergeschäft liegt alltours bei Umsatz und Gästen weiter über Plan. Dafür sorgen Zuwächse in der Türkei, auf Mallorca, Bulgarien und Ägypten. Zweistellige Zuwächse im Sommer hat der Veranstalter in Kroatien. Die Buchungen für Griechenland nehmen von Woche zu Woche zu, liegen aber noch hinter dem Vorjahr zurück. Willi Verhuvén bestätigte die Unternehmensziele für das Gesamtjahr. Er rechnet weiter mit einem Gästeplus von 5% und einem Umsatzanstieg von 7%.

Kontakt:

alltours flugreisen gmbh
Stefan Suska
Leiter Unternehmenskommunikation/ÖA
Am Innenhafen 8-10
47059 Duisburg
Tel.: +49 (0)2 03-36 36-200
Fax: +49 (0)2 03-36 36-970
E-Mail: stefan.suska@alltours.de