



29.06.2012 - 11:00 Uhr

alltours wächst im Sommer um 6 Prozent und steuert auf neuen Unternehmensrekord zu

Duisburg/Fuerteventura (ots) -

Die zur alltours Gruppe gehörenden Reiseveranstaltermarken alltours und BYE.bye werden im Sommer einen neuen Unternehmensrekord bei Umsatz und Gästezahlen erreichen. Zum 15. Juni verzeichnen alltours und BYE.bye in allen ihren Märkten insgesamt einen Zuwachs von 6% bei den Gästen und 4% beim Umsatz. Den größten Anstieg gab es im Kernmarkt Deutschland mit einem Gästeplus von mehr als 12%. In Deutschland wird alltours mit seinen Veranstaltern damit, wie bereits in den vergangenen Jahren, weiter Marktanteile hinzugewinnen. In den aktuellen Zahlen enthalten ist auch das Autoreisen-Geschäft, das alltours in diesem Sommer ab Deutschland und Österreich erstmals anbietet.

Im kommenden Winter strebt alltours im Veranstaltergeschäft erneut ein Wachstum bei Umsatz und Gästen von mindestens 5% an, teilte Geschäftsführer Dieter Zümpel heute anlässlich der Vorstellung des neuen Winterprogramms 2012/2013 auf Fuerteventura mit. Gleichzeitig gab er bekannt, dass alle Unternehmenstöchter im laufenden Geschäftsjahr Gewinne erwirtschaften werden und die alltours Gruppe in Zukunft noch stärker in Hotels, IT und Infrastruktur investieren wird.

Wachstum in Deutschland - Marktanteile hinzugewonnen

Die größten Zuwächse verzeichnet alltours im Sommer im Kernmarkt Deutschland. Das Unternehmen erreicht dort ein Plus von mehr als 12% bei den Gästen und mehr als 10% beim Umsatz und gewinnt deutlich Marktanteile hinzu. Das neue Segment "Autoreisen", das in den Zahlen enthalten ist, entwickelt sich über Plan. Das Ziel von 20.000 Gästen im ersten Sommer hat alltours bereits Anfang Juni übertroffen. Die Quellmärkte Österreich und Niederlande spüren die Auswirkungen der Eurokrise. Dadurch sind die Buchungen dort leicht rückläufig. "In Österreich werden Griechenlandurlaube schwächer nachgefragt. Wir werden unsere Werbung hier deshalb verstärken und uns in Zukunft noch breiter aufstellen und mehr Reisen nach Spanien und in die Türkei anbieten", sagte Dieter Zümpel. In der Schweiz wächst alltours zweistellig.

Türkei, Mallorca und Bulgarien treiben Umsatz an

Die größten Buchungszuwächse in den Volumenzielen verzeichnet alltours im Sommer für die Türkei, Mallorca und Bulgarien. Eine starke Nachfrage gibt es auch für Kroatien. Die Kanaren liegen nach dem Boom im vergangenen Jahr auf Vorjahresniveau. Ägypten und Tunesien erholen sich nach den politischen Umwälzungen mit hohen Buchungszuwächsen.

Die Buchungen für Griechenlandurlaube sind seit Anfang Juni aufgrund unserer Marketingaktionen angestiegen, liegen allerdings aufgrund der zurückhaltenden Nachfrage in den Vormonaten kumuliert noch deutlich unter Vorjahresniveau. "Die Buchungskurve für Urlaub in Hellas zeigt aktuell wieder nach oben. Hierzu tragen die günstigen Preise bei", sagte Dieter Zümpel.

alltours und BYE.bye wachsen im Sommer kontinuierlich

Trotz der hohen Zuwächse im vergangenen Sommer und eines schwierigen politischen Umfeldes für einige Reiseziele ist es alltours gelungen, die Gästezahlen gegenüber dem Vorjahr über alle Märkte um 6% auszubauen (per 15. Juni).

Das mit Abstand größte Gästevolumen entfällt nach wie vor auf das Kataloggeschäft von alltours flugreisen. Das Wachstum der Marke alltours kommt insbesondere aus den dynamisch produzierten Reisen der X-Plattform von alltours.

Die 100%-Tochter BYE.bye hat sich bereits im zweiten vollen Geschäftsjahr sehr gut mit der Kombination von Katalog-, Bausteinreisen und tagesaktuell paketierte Pauschalreisen positioniert. BYE.bye wird eine Verdoppelung der Gästezahl auf 150.000 für das Gesamtgeschäftsjahr 2011/2012 erreichen.

alltours beschleunigt Investitionsprogramm

alltours erzielt seit mehr als 35 Jahren ununterbrochen Gewinne und wird für alle Unternehmen der Gruppe auch im laufenden Geschäftsjahr ein positives Geschäftsergebnis erzielen. Seine Finanzkraft setzt die Unternehmensgruppe für gezielte Investitionen ein. Der Ausbau der alltourseigenen Hotelkette allsun genießt höchste Priorität. In den vergangenen Monaten hat die alltours Tochter alltours España das App.-Hotel Rosella und das Luxushotel Eden Playa auf Mallorca übernommen. alltours kündigte an, dass die inzwischen aus zwölf Ferienanlagen und rund 7.700 Betten bestehende Hotelkette "allsun Hotels" weiter wachsen werde.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Investitionsprogramms bleibt der Ausbau der Buchungs- und Datenverarbeitungssysteme. "Die IT ist längst ein wichtiger Werttreiber für das Geschäft. Wir haben uns in der Vergangenheit sehr gut positioniert, angesichts der Geschwindigkeit der technischen Veränderungen werden wir weiter investieren, um den Vorsprung auszubauen. alltours hat die finanziellen Möglichkeiten dafür und wird sie nutzen", sagte Dieter Zümpel.

Der kündigte an, dass alltours in den kommenden Monaten auch am Standort Duisburg weiter investieren werde. Durch das anhaltende Wachstum von alltours und die Schaffung zahlreicher neuer Arbeitsplätze ist auch eine Erweiterung der Büroflächen

am Unternehmenssitz notwendig geworden. Im Dezember hat alltours in unmittelbarer Nachbarschaft zu seiner Zentrale am Innenhafen den Bürokomplex Werhahnmühle erworben. Dort wird zur Zeit ein Teil der Büroflächen für rund 100 alltours Mitarbeiter umgebaut, die dorthin umziehen werden. "alltours wird weiter wachsen und deshalb auch in Zukunft zusätzliche Mitarbeiter benötigen. Dies gilt nicht nur für den Standort Duisburg, sondern auch in der Region und bundesweit, zum Beispiel in den Reisebüros unserer Tochter alltours Reisecenter", sagte Dieter Zümpel.

Exklusivität sorgt für stärkere Markenprofilierung und Umsatzwachstum Wichtiger Faktor für den Ausbau der starken Marke alltours (73% Markenbekanntheit) und das Umsatzwachstum ist der hohe Anteil von Hotels, die alltours exklusiv auf dem Markt anbietet. alltours hat dies vor vielen Jahren erkannt und den Anteil beständig ausgebaut, so auch im aktuellen Winterprogramm.

Mittlerweile übernachten jährlich 875.000 Gäste in einem exklusiv von alltours angebotenen Hotelbett. Das sind mehr als 50% aller Gäste. Im kommenden Geschäftsjahr wird alltours dieses Angebot weiter ausbauen. "Wir werden den Exklusivanteil in unseren Programmen mittelfristig steigern. In einigen Zielgebieten, wie zum Beispiel auf Fuerteventura, ist uns das bereits mit einem Anteil von rund 65% gelungen. Kunden und Reisebüros fragen unser Programm nach, weil sie bei uns aufgrund unserer Alleinstellung viele Qualitätshotels finden, die kein anderer Veranstalter anbieten kann", sagte Zümpel.

Ausblick

Den Winter 2011/2012 hatte alltours mit einem Gästeplus von 8% abgeschlossen, für den Sommer liegt alltours zum 15.06. über alle Märkte bei 6% Gästeplus.

alltours teilte mit, dass die für das Gesamtgeschäftsjahr abgegebene Prognose von 5% Zuwachs bei den Gästen daher aus heutiger Sicht übertroffen wird. Damit wird alltours das Ergebnis des vergangenen Jahres von 1,67 Mio. Urlaubern auf über 1,75 Mio. steigern. Mit dem heute vorgestellten Winterprogramm 2012/2013 plant alltours für seine Veranstaltermarken über alle Märkte ein Wachstum bei Gästen und beim Umsatz von mindestens 5%.

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011286/100721060> abgerufen werden.