

05.09.2013 - 10:46 Uhr

## TUI Suisse wächst dank Differenzierung und Individualreisen - Strategie mit differenziertem Angebot bringt marginorientiertes Wachstum

Zürich (ots) -

Winter 2013/14: Stabile Preise; Kanaren, Kapverden, Karibik, Südafrika und Asien sind im Trend

"TUI Suisse verzeichnet im laufenden Geschäftsjahr (per 30. Oktober 2013) bei den Badeferien vor allem steigende Buchungszahlen für marginstarke eigene TUI Konzepthotels sowie den exklusiv bei TUI buchbaren Hotels der Reisewelten. Auch bei den individuellen Fernreisen legt TUI markant zu. Der Umsatz beim Veranstalter und im Eigenvertrieb liegt bei besserem Ertrag etwa auf Vorjahresniveau", kommentierte Martin Wittwer, CEO TUI Suisse, den Geschäftsverlauf bei der Präsentation der Winterprogramme 2013/14 in Dalaman (Westtürkische Ägäis).

Geschäftsentwicklung Sommer 2013 - Trends Winter 2013/14

Im aktuellen Sommergeschäft sind vor allem Reisen in die Türkei, nach Griechenland und Spanien beliebt, nach Italien legt der Umsatz prozentual zweistellig zu. Die Gäste, welche eine Reise nach Ägypten gebucht hatten, möchten reisen und buchen mehrheitlich auf andere Ziele um. Bei den Fernreisen entwickeln sich Kuba, der Indische Ozean, der Mittlere Osten (Dubai, Abu Dhabi, Oman) und Indonesien positiv.

Die Buchungsfreigabe für die Wintersaison 2013/14 ist schrittweise seit März erfolgt. Mittlerweile ist die Nachfrage für die Kanarischen Inseln, die Kapverdischen Inseln, die Karibik, den Mittleren Osten, Mauritius, Südafrika und Asien sehr gut angesprungen. TUI ist dank der konjunkturellen Rahmenbedingungen und den mehrheitlich stabilen Preisen optimistisch gestimmt. Die Preise sind - wegen den gleichen Basis-Preisen wie im Euro-Ausland - immer konkurrenzfähig. TUI verhandelt laufend nach. Die Preisvorteile werden tagesaktuell an die Kunden weitergegeben.

Fast die Hälfte der Gäste bucht Hotel aus den TUI Reisewelten

Das Interesse an den TUI Reisewelten wächst schneller als erwartet. Bereits heute buchen fast 50 Prozent aller Kunden ein Hotel, das sich an bestimmte Zielgruppen richtet, konkrete Kriterien erfüllt und in der Schweiz exklusiv bei TUI buchbar ist. Die Differenzierungsstrategie verschafft erhebliche Wettbewerbsvorteile und beschleunigt das Wachstum. Die hohe Qualität der Konzepthotels belegen auch die hohe Wiederholerrate von 79 Prozent sowie die Kundenzufriedenheit von mehr als 90 Prozent. Im Winter bietet TUI in den sieben Reisewelten knapp 700 Hotels an.

TUI expandiert im kommenden Winter mit den eigenen Hotelmarken auf der Fernstrecke: Zur Wintersaison eröffnen in der Karibik zwei neue TUI Best Family Hotels und ein Sensimar Hotel. Für naturaktive Kunden öffnet das erste Viverde Hotel auf Mallorca ? eine Finca aus dem 13. Jahrhundert - im November seine Pforten. Insgesamt hat TUI 89 Clubs und Hotels der Marken Robinson, Club Magic Life, Puravida Resorts, Viverde Hotels, Sensimar und TUI Best Family im Portfolio.

TUI FlexTravel lanciert neben dem Winter 2013/14 schon den Sommer 2014

Das Geschäft mit den Fernreisen wächst weiter. Für den Winter wurden fünf neue Kataloge lanciert: Asien, Arabien/Indischer Ozean, Südliches Afrika/Ostafrika, Mittel- und Südamerika inklusive Kuba und Hawaii. Den Kunden wird die Auswahl neu mit acht bedürfnisorientierten Merkmalen erleichtert: FlexStyle, FlexFamily, FlexHit, FlexAktiv, FlexLuxury, FlexGolf, FlexDive und FlexEthnic.

Einige Reisende träumen jedoch nicht nur von Ferien im Winter, sondern bereits vom Sommer 2014. Um sich rasch ein Motorhome, einen Mietwagen oder ein Motorrad zu sichern, muss die Planung beginnen. Die Flüge und Fahrzeuge sind noch problemlos verfügbar. Frühbucher profitieren von exklusiven Preisvorteilen von bis zu 20 Prozent.

Kundenorientierung online erweitert: Serviceportal "Meine TUI" ist live

TUI hat im August für alle Kunden der Badeferien-Kunden das kostenlose und personalisierte Serviceportal "Meine TUI" - [www.meine-tui.ch](http://www.meine-tui.ch) lanciert. Darin finden die Kunden alle relevanten Informationen sowie praktische Reisetipps vor, während und nach der Reise. "Durch die Vielfalt der auf dem Portal bereitgestellten Informationen bietet "Meine TUI" dem Kunden einen echten Mehrwert.

Das Serviceportal "Meine TUI" wird am Ferienort optimal durch das neue Betreuungsangebot "Mein Service" ergänzt. Ob mit Smartphone oder Tablet-PC: Immer mehr Kunden sind "always on" und nutzen mobile Angebote auch unterwegs. Die Betreuung ist neu multimedial: Die TUI Gäste erreichen - wenn nötig schon vor der Anreise - ihre Reiseleiter rund um die Uhr per Mail, SMS oder Telefon.

TUI investiert in Online- und Reisebüro-Vertrieb

Die Verknüpfung des elektronischen mit dem stationären Vertrieb trägt spürbar zum dynamischen Geschäftsverlauf bei. So legte der Umsatz des Veranstalterportals [www.tui.ch](http://www.tui.ch) um 3 Prozentpunkte auf 15 Prozent zu, ohne dass der stationäre Vertrieb darunter litt. Vom speziellen Fachwissen der Reiseberater können auch die Kunden von [www.tui.ch](http://www.tui.ch) profitieren. Auf der Webseite finden sie einen die Adressdaten zu rund 220 ReiseExperten. Diese können bei Fragen und für Insidertipps direkt kontaktiert werden.

Gegen Ende Jahr erhalten die TUI ReiseCenter Zugang zum Buchungssystem IRIS.plus. Kein System ist europaweit so modern wie IRIS.plus. Die Stärke liegt in der bedürfnisorientierten Beratung, während andere Systeme sich eher auf Preisvergleiche konzentrieren.

TUI Suisse ist ein Unternehmen der TUI Travel PLC und der World of TUI mit den Veranstaltermarken TUI, TUI FlexTravel, Vögele Reisen und 1-2-FLY. Exklusiv in der Schweiz vertreibt TUI Suisse die Angebote der führenden Clubmarken von ROBINSON Club und MAGIC LIFE Club sowie die Studien- und Erlebnisreisen der Marken Gebeco Länder erleben, Dr. Tigges und goXplore. Das Vertriebsnetz umfasst rund 70 eigene Reisebüros (TUI ReiseCenter und TUI Agence de voyages).

TUI Reiseportal: [www.tui.ch](http://www.tui.ch)

TUI Reisebüros: [www.tuireisecenter.ch](http://www.tuireisecenter.ch)

Unternehmen: [www.tui-suisse.com](http://www.tui-suisse.com)

Facebook: [www.facebook.com/TUISuisse](http://www.facebook.com/TUISuisse)

Kontakt:

Roland Schmid  
Director Corporate Communications  
Tel 044/455 42 32  
Fax 044/455 40 80  
E-mail: [roland.schmid@tui.ch](mailto:roland.schmid@tui.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002504/100743361> abgerufen werden.