



09.06.2015 - 10:50 Uhr

## **alltours hebt Planziel für das Geschäftsjahr von 2% auf plus 5% an und will im nächsten Jahr weiter wachsen / Preis- und Qualitätsoffensive sorgen für starken Zuwachs bei den Gästezahlen**

Duisburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/meldung/3042184> -

Der Reiseveranstalter alltours präsentiert sein Winterprogramm so früh wie noch nie und eröffnet damit schon jetzt die Buchungssaison für das Geschäftsjahr 2015/2016. Gleichzeitig hat alltours sein Planziel für das laufende Geschäftsjahr (endet 31.10.) von 2% auf plus 5% erhöht (Gäste und Umsatz) und wächst damit stärker als der Pauschalreisemarkt. Das Unternehmen wird bis zum Geschäftsjahresende rund 90.000 Gäste mehr in den Urlaub schicken als im Vorjahr und erstmals die Marke von 1,9 Mio. Ferienreisenden pro Jahr übertreffen.

Auch im kommenden Geschäftsjahr will alltours den Wachstumskurs fortsetzen. Für die Wintersaison rechnet das Unternehmen mit einem Gästeplus von 2,5% und, aufgrund von Preisreduzierungen, mit einem Umsatzzuwachs von 1,5%. Mit neuen Zielgebieten, einem zielgruppenspezifischen Programmausbau und weiteren Qualitätsverbesserungen hat sich alltours für das Wintergeschäft besonders gut aufgestellt.

Mit dem Verlauf des Geschäftsjahres 2014/2015 ist das Unternehmen sehr zufrieden. Die Qualitäts- und Preisoffensive, die alltours gestartet hat, sorgt seit Monaten für ein deutliches Buchungsplus. "Viele Urlaubsgebiete, wie zum Beispiel Spanien oder Griechenland, legen zweistellig zu. Wir sind in diesem Jahr besonders erfolgreich und wachsen stärker als der Markt", sagte Geschäftsführer Markus Daldrup.

Markenpositionierung und Bekanntheit sorgen für mehr Nachfrage

Laut einer aktuellen Untersuchung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) liegt der Bekanntheitswert von alltours inzwischen bei 94% (2009: 72%). Damit gehört alltours branchenübergreifend zu den bekanntesten Unternehmen in Deutschland wie BMW, adidas und Bosch. Laut Marktanalysen nehmen Kunden alltours als einen Reiseveranstalter wahr, der seine Reisen preisgünstig und von höchster Qualität anbietet. Das Vertrauen in die starke Marke alltours ist ein weiterer Grund dafür, dass der Veranstalter derzeit schneller wächst als der Markt. In diesem Jahr wird das Unternehmen erstmals mehr als 1,9 Mio. Gäste (+90.000) in den Urlaub bringen, im kommenden Jahr will alltours die 2 Mio. Marke übertreffen. "Wir haben in der laufenden Buchungsphase erneut von unserem Markenprofil und unserer klaren Marktpositionierung profitiert", sagte Markus Daldrup.

Die Buchungseingänge für Sommerurlaubsziele u. a. auf Mallorca, den Kanarischen Inseln sowie in Griechenland, Ägypten und den Vereinigten Arabischen Emiraten liegen bei alltours seit einigen Monaten zweistellig über denen des Vorjahres.

alltours bietet größtes Flugangebot der Branche

alltours verfügt derzeit über das größte Angebot an Flugpartnern und bietet die größte Flugfrequenz auf dem Markt an. Als mittelständischer Reisekonzern muss alltours im Gegensatz zu einigen Mitbewerbern keine Rücksicht auf die Auslastung einer eigenen Airline nehmen. Das Unternehmen agiert völlig unabhängig auf dem freien Flugmarkt. Das ist ein klarer Wettbewerbsvorteil, denn zurzeit bieten weltweit Carrier mehr Flugkapazitäten an, als der Markt nachfragt. Das Unternehmen schöpft diese Überkapazitäten so umfangreich ab, wie kein anderer Veranstalter. alltours kann so seine Flugkapazitäten auch während der Saison flexibel anpassen. Im laufenden Sommer hat das Unternehmen auf diese Weise sein Flugangebot in die Hauptreiseziele im Mittelmeerraum deutlich ausgebaut. Das ermöglicht alltours Gästen ein Höchstmaß bei der Auswahl und eine flexible Urlaubsplanung zu günstigen Preisen.

alltours baut im Winter 2015/2016 sein "Exklusivangebot" weiter aus. Mehr als eine Million Gäste entscheiden sich dieses Jahr für ein Hotel, das alltours exklusiv anbietet. Das Exklusivangebot ist damit das mit Abstand größte Segment bei alltours. Das Unternehmen hat für den Winter in allen Zielgebieten die Hotelkapazitäten im Exklusivangebotsbereich nochmals erweitert. In einigen Destinationen, zum Beispiel auf Mallorca oder auf Fuerteventura, werden sich im Winter mehr als 65% der Kunden für ein alltours Exklusivangebot entscheiden. Für den großen Umfang des Exklusivangebots sorgen erneut die eigenen Hotelmarken wie zum Beispiel allsun, alltoura oder sunline sowie die Zusammenarbeit mit zahlreichen renommierten Hotelpartnern. "Mit unserem großen Exklusivangebot unterscheiden wir uns deutlich von den Mitbewerbern und gewinnen immer mehr Stammgäste. Diese Alleinstellung werden wir weiter ausbauen", sagte Daldrup.

allsun Hotels sind Schwerpunkt der Exklusivangebotsstrategie

Die alltoureigene Hotelkette allsun Hotels bildet innerhalb der Exklusivangebotsstrategie den Schwerpunkt. Die allsun Hotelkette wächst seit 1996. Inzwischen gibt es europaweit 25 allsun Hotels. Sie befinden sich neben Mallorca (17) auch auf Lanzarote (1), Gran Canaria (2), Fuerteventura (2), Teneriffa (1) und in der Türkei (2). Im laufenden Geschäftsjahr hat alltours die Übernahme

von drei zusätzlichen allsun Hotels bekanntgegeben. Dabei handelt es sich um das allsun Hotel Esplendido (4\*) auf Gran Canaria und die beiden allsun Ferienanlagen Sumba (4,5\*) und Borneo (4,5\*) auf Mallorca. Während der Wintersaison werden erstmalig 15 allsun Hotels in Spanien geöffnet sein, so viele wie noch nie in einem Winter. Diese allsun Hotelanlagen mit ihren ausgezeichneten und umfangreichen Fitness- und Spa-Bereichen bieten Urlaubern insbesondere in den Wintermonaten perfekte Bedingungen für einen Wellness- und Sportaktiv-Urlaub.

Überproportionales Wachstum bei Individualanreisen

Das Programm Individualanreise/Mittleuropa hat alltours 2011 in den Markt eingeführt. Seitdem befindet es sich kontinuierlich auf Wachstumskurs. Das Segment wird in diesem Geschäftsjahr zum vierten Mal in Folge ein Gästeplus erzielen. In diesem Sommer rechnet alltours mit einem Zuwachs von rund 10%. Das Unternehmen sieht auch für den Winter überproportionale Wachstumschancen für dieses Programm.

Wachstumstempo wird 2015 beschleunigt und 2016 fortgesetzt

Alle Unternehmenstöchter der Gruppe werden im Jahr 2014/2015 erneut positive Ergebnisbeiträge leisten. Zur alltours Gruppe gehören unter anderem neben den beiden Reiseveranstaltern alltours flugreisen und byebye auch die Hotelkette allsun Hotels (25 Hotels), alltours España, die Incoming-Agentur Viajes allsun, die Reisebüroketten Reisecenter alltours GmbH und die alltours Reiseportal GmbH.

Kontakt:

alltours flugreisen gmbh  
Stefan Suska  
Dreischeibehaus 1  
40211 Düsseldorf  
Tel.: +49 (0)2 11- 5427-7400  
Fax: +49 (0)2 11- 5427-9740  
E-Mail: stefan.suska@alltours.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011286/100773868> abgerufen werden.