



06.10.2015 - 10:30 Uhr

alltours Gruppe setzt Wachstum fort und senkt im Sommer 2016 die Preise für Frühbucher um 2,5 Prozent / Planziel im Geschäftsjahr 2014/15 übertroffen und EBT um mindestens 10% gesteigert

Mallorca (ots) -

Die zur alltours Unternehmensgruppe gehörenden Reiseveranstalter alltours und byebye werden das Geschäftsjahr 2014/2015 (1. Nov. bis 31. Okt.) mit einem Gästezuwachs von 2,2% abschließen und 1,87 Mio. Gäste in den Urlaub bringen (Vorjahr 1,83 Mio.). Das Veranstaltergeschäft ist in allen Quellmärkten gewachsen (Deutschland, Österreich, Niederlande, Schweiz), wobei im größten Quellmarkt Deutschland der höchste Zuwachs erzielt wurde.

Im volumenstärksten Zielgebiet Spanien haben alltours und byebye in diesem Jahr zusammen ein Gästeplus von 6% erreicht. In Griechenland haben die beiden Reiseveranstalter einen zweistelligen Gästezuwachs erzielt, während die Türkei leicht unter Vorjahr abschließen wird. "Trotz vieler Krisen in den Zielgebieten haben wir unser Planziel übertroffen. Mit diesem Ergebnis sind wir sehr zufrieden", sagt Willi Verhuvén, Vorsitzender der alltours Geschäftsführung.

Für den Winter 2015/2016 ist alltours mit der Buchungsentwicklung zufrieden. Im gesamten Geschäftsjahr will das Unternehmen im Veranstaltergeschäft einen Gästezuwachs von 1,8% erzielen und erstmals 1,9 Mio. Passagiere in den Urlaub bringen. Die Preise für Frühbucher bis 31. Januar sinken im Sommer 2016 durchschnittlich um 2,5%. Für Buchungen ab dem 1. Februar bleiben die Preise stabil auf Vorjahresniveau.

Willi Verhuvén gab im Rahmen einer Pressekonferenz ebenfalls bekannt, dass die alltours Unternehmensgruppe im Jahr 2014/2015 weiter wächst und alle Töchter erneut einen positiven Gewinnbeitrag leisten werden. Das Ergebnis der Gruppe wird 2014/2015 voraussichtlich mindestens 10 Prozent über dem Vorjahres-EBT (rd. 37 Mio. Euro) liegen und damit mehr als 40 Mio. Euro (EBT) betragen.

Urlaubsreisen nach Spanien und Griechenland sind bei alltours stark gefragt

Die Marken alltours und byebye wachsen gemeinsam im größten Zielgebiet Spanien im laufenden Geschäftsjahr überproportional. Auf den Balearen, Kanaren und dem spanischen Festland erreichen die beiden Veranstalter zusammen ein Gästeplus von 6%. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) haben 19,2% aller deutschen Pauschalreiseurlauber auf Mallorca in diesem Sommer ihren Urlaub bei alltours gebucht. Auf Fuerteventura und Lanzarote ist alltours Marktführer (GfK).

In Griechenland erzielen die alltours Veranstalter ein Gästeplus von rund 10% und wachsen damit im dritten Sommer in Folge zweistellig. Das Türkeigeschäft ist 2014/2015 verhalten gestartet, hatte sich anschließend bis Juli gut erholt und hat ab August aufgrund der Syrienkrise wieder nachgelassen. Reisen in die Türkei werden mit einem leichten Gästeminus abschließen. Tunesien litt in diesem Jahr besonders unter der Verunsicherung nach einem Anschlag. Hier hat alltours gegenüber dem Vorjahr in erheblichem Umfang Urlauber verloren.

In Ägypten, Kroatien, Portugal, der Karibik und in Südostasien hat alltours ein Gästeplus erzielt. Auf Vorjahresniveau liegen Bulgarien und Zypern. Das Individualprogramm mit unterschiedlichen Anreisemöglichkeiten (Auto, Bahn, Flug) ist klar im Markt positioniert und trägt im dritten Jahr in Folge mit einem Gästeplus zum Gesamtwachstum im Veranstaltergeschäft bei.

Die stärksten Wachstumsimpulse im Veranstaltergeschäft kommen aus der Entwicklung im Quellmarkt Deutschland. Die weiteren Quellmärkte Österreich, Niederlande und Schweiz erzielen im Geschäftsjahr 2014/2015 ebenfalls einen Gästezuwachs.

alltours bietet mehr als 180 Hotels exklusiv an

alltours bietet im Sommer 2016 mehr als 180 Hotels in allen wichtigen Zielgebieten und Hotelkategorien exklusiv auf dem Markt an. Für das umfangreiche Exklusivangebot in rund 30 Urlaubsgebieten sorgt unter anderem die intensive und langjährige Zusammenarbeit mit zahlreichen renommierten und bekannten Hotelketten und Hotelpartnern. Die 45 Hotels der alltours Eigenmarken, wie zum Beispiel alltours Hotels oder sunline Hotels, bietet das Unternehmen ebenfalls exklusiv an. allsun Hotels sind Teil der alltours Exklusivangebotsstrategie. Die alltours-eigene Hotelkette allsun Hotels ist Teil der Strategie, das Exklusivangebot weiter auszubauen. Im Volumenziel Mallorca wählt bereits ein Drittel der alltours Gäste ein allsun Hotel für ihren Urlaub. Die hohe Kundenzufriedenheit sorgt dafür, dass der Anteil der Stammgäste in diesen Hotels steigt.

allsun Hotels wächst in Spanien seit 1996. Im Geschäftsjahr 2015/2016 hat alltours auf Mallorca (17), Gran Canaria (2), Fuerteventura (2), Teneriffa (1) und Lanzarote (1) insgesamt 23 allsun Hotels im Programm (Vorjahr 20). Neu im Sommer 2016 sind auf Mallorca die allsun Hotels Sumba (4*) und Borneo (4*) und auf Gran Canaria das allsun Esplendido (4*).

Aus der Marktforschung und eigenen Untersuchungen ist bekannt, dass Kunden die Sicherheit starker Marken schätzen. Davon profitiert alltours im Veranstaltergeschäft, denn laut einer aktuellen Untersuchung der GfK liegt der Bekanntheitswert des Unternehmens inzwischen bei 94% (2009: 72%). Damit gehört alltours branchenübergreifend zu den bekanntesten Unternehmen in

Deutschland.

alltours will 2015/2016 weiter wachsen

Im Veranstaltergeschäft ist das Unternehmen mit der bisherigen Buchungsentwicklung für den Winter 2015/2016 zufrieden. Wachstumsimpulse erwartet alltours im Geschäftsjahr 2015/2016 unter anderem durch den Ausbau seines Programms für Reisen nach Spanien, Griechenland und in die Türkei sowie beim Individualprogramm mit verschiedenen Anreisemöglichkeiten.

Mit dem starken Markenprofil, der Preis-Leistungs-Stärke und einem großen Exklusivangebot grenzt sich alltours deutlich von den Wettbewerbern ab. Für das Geschäftsjahr 2015/2016 plant das Unternehmen im Veranstaltergeschäft einen Gästezuwachs von 1,8% auf erstmals 1,9 Mio. Urlauber jährlich.

Die alltours Unternehmensgruppe (alltours flugreisen, byebye, alltours Reisecenter, alltours España und Viajes allsun) wächst im gesamten Geschäftsjahr weiter und alle zur Gruppe gehörenden Gesellschaften werden erneut einen positiven Gewinnbeitrag leisten. Das Ergebnis 2014/2015 der Gruppe wird voraussichtlich mindestens 10% über dem EBT des Vorjahres (rd. 37 Mio. Euro) liegen und damit mehr als 40 Mio. Euro (EBT) betragen.

Kontakt:

alltours flugreisen gmbh
Stefan Suska
Leiter Unternehmenskommunikation/ÖA
Dreischeibenhaus 1
40211 Düsseldorf
Tel.: +49 (0)2 11-54 27-7400
Fax: +49 (0)2 11-54 27-9740
E-Mail: stefan.suska@alltours.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011286/100778771> abgerufen werden.