



Studiosus

Unternehmensprofil

Zahlen, Daten, Fakten

Intensiverleben

Studiosus

Unternehmensprofil

Studiosus ist der Marktführer in Europa im Segment der Studienreisen. Die perfekte Qualität der Programme, die hervorragenden Reiseleiter sowie kontinuierliche Innovationen in den Markt sichern Studiosus diese Position seit Jahren.

Studiosus: Die Unternehmensvision

Auszug aus dem Unternehmensleitbild:

„Studiosus will als unabhängiges Wirtschaftsunternehmen zum Kennen- und Verstehenlernen anderer Länder, Menschen und Kulturen beitragen.

Wir sehen unsere Aufgabe darin, im Sinne einer echten Völkerverständigung Brücken zu schlagen über innere und äußere Grenzen hinweg. Das können wir nur zusammen mit unseren Kunden, die wir als Partner betrachten. Ihnen möchten wir die kulturelle Vielfalt in ihrer ständigen Veränderung und die natürliche Schönheit unserer Erde als für alle Menschen und deren Nachkommen erhaltenswerte Güter verständlich machen.

Mit unseren Reisen wollen wir Vorbehalte, Vorurteile und Ablehnung gegenüber allem Fremden

abbauen, das Miteinander der Menschen fördern und damit als Botschafter von Toleranz und Offenheit einen Beitrag zum Abbau von Fremdenfeindlichkeit und Diskriminierung auch im eigenen Land leisten.

Wir wollen durch Innovation und Qualität wachsen und unsere Stellung als Marktführer ausbauen sowie in den Bereichen Sicherheit und nachhaltiges Wirtschaften Maßstäbe setzen.

Alle Studiosus-Angebote müssen den hohen Erwartungen unserer Kunden gerecht werden, müssen von sozialer Verantwortung geprägt sowie ökologisch vertretbar sein.“

Die Produkte

Die Studiosus-Reise

Mittendrin im Leben

Ob Smalltalk mit Nonnen, Barbecue mit australischen Rettungsschwimmern, Weinseminar bei einem Winzer oder Kochduell mit dem Chef der Maharadschpalast-Küche – mit Studiosus begegnen die Gäste dem Leben pur, einem Land und seinen Menschen. Der Studiosus-Reiseleiter begleitet sie dabei. Damit sie ein Land so erleben, wie es ist: voller Geschichte und Geschichten, mal kunterbunt und spannend, mal leise und ruhig. Immer voller Überraschungen und unvergesslicher Momente.

Von Mona Lisa bis Grand Canyon

Machu Picchu, Große Mauer, Mona Lisa – Studiosus-Gäste erleben natürlich alle klassischen Sehenswürdigkeiten. Aber ihr Reiseleiter zeigt ihnen auch, was die Kultur von heute ausmacht: Von Pop-Musik über In-Restaurants bis hin zu Bauten moderner Stararchitekten reicht die Palette. Und Infos zu aktuellen politischen Fragen, erneuerbaren Energien oder der wirtschaftlichen Situation gibt es natürlich auch. Ebenfalls auf dem Programm: landschaftliche Highlights wie Grand Canyon oder Krügerpark.

Nur bei Studiosus: Extratouren

Nach einem langen Abend lieber mal ausschlafen und am Strand relaxen? Oder eine Radtour unternehmen statt dem gemeinsamen Museumsbesuch? Bei Studiosus sind solche Extratouren jetzt im Programm verankert: Damit die Gäste ihre Reise ganz nach ihrem Geschmack gestalten können, hat Studiosus immer wieder Alternativen zum Gruppenprogramm vorbereitet. Der Reiseleiter hilft bei der Organisation.

Stressfreie Zone

Gestern noch bis abends im Büro, heute schon Urlaub total. Sich um nichts kümmern müssen, trotzdem klappt alles wie am Schnürchen. Die Gäste werden am Flughafen abgeholt und ins Hotel chauffiert, ihr Reiseleiter stößt mit ihnen auf die Reise an, das Programm ist geplant, selbst die Extratouren sind schon vorbereitet. Auch die Eintrittskarten sind reserviert – und die Gäste spazieren einfach an der Warteschlange vorbei in die Ausstellung. Sich zurücklehnen. Erleben und entspannen. Total.

Mit gutem Gefühl unterwegs

Kleinen Kindern in China niemals über den Kopf streicheln, in Indien nur mit der rechten Hand essen, in New York keinen Alkohol auf der Straße trinken – Studiosus-Reiseleiter erklären ihren Gästen die wichtigsten Benimmregeln ihres Reiselands und zeigen die Hintergründe auf. Sozial verantwortlich unterwegs sein, heißt für Studiosus aber auch, soziale, kulturelle und ökologische Projekte vor Ort zu fördern und mit den Reisegruppen zu besuchen, die Umwelt zu schonen und die Interessen der örtlichen Bevölkerung zu berücksichtigen. Damit Reisen alle glücklich macht.

Das Erlebnis Studienreise gibt es in vielen Varianten: von Fahrrad-, Wander- und ExpeditionsStudienreisen über PreisWert- und ServicePlus-Studienreisen bis hin zu Klassik-, Natur- und KreuzfahrtStudienreisen.



Außer Studienreisen bietet Studiosus auch attraktive andere Angebote mit den wesentlichen Inhalten moderner Studienreisen an.

Studiosus

Produktlinien

Studienreisen

Städtereisen

Singlereisen

Familienreisen

Eventreisen

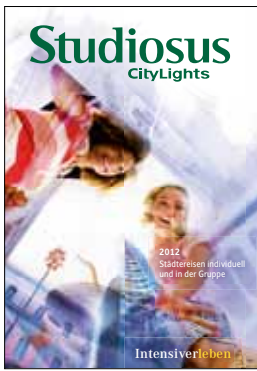
Studiosus

**Studiosus
CityLights**

**Studiosus
me & more**

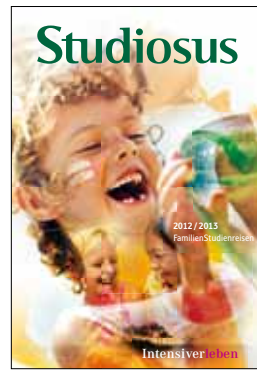
**Studiosus
Familien-
Studienreisen**

kultimer



Studiosus CityLights

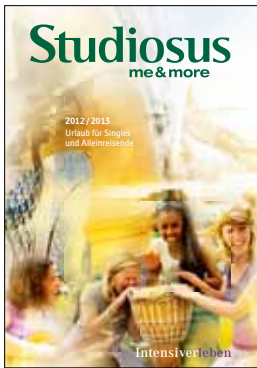
Für Gäste, die eine Stadt mit durchdachtem Besichtigungsprogramm und einem erstklassigen Studiosus-Reiseleiter kennenlernen möchten.



Studiosus

FamilienStudienreisen

Familienurlaub mit Kultur- und Erlebnisprogramm: spannende Besichtigungen für Jung und Alt mit erstklassigem Studiosus-Reiseleiter.



Studiosus me & more

Urlaub für Singles und Alleinreisende, die in einer Gruppe weltoffener Mitreisender ihren Urlaub genießen wollen. Mit erstklassiger Studiosus-Reiseleitung.



kultimer

Der kultimer bietet Eventreisen zu Klassik- und Pop-Konzerten, Opern-Aufführungen, Ausstellungen oder Festivals sowie kulinarische oder botanischen Themenreisen. Der im Format auffällige Katalog erscheint sechsmal im Jahr und wird Studiosus-Kunden automatisch zugeschickt. Das kultimer-Konzept ergänzt den Besuch des Events mit einem interessanten Rahmenprogramm. Ein Studiosus-Reiseleiter führt die Gäste beispielsweise in zum Event passende Museen, zeigt ihnen spannende Stadtviertel und die wichtigsten Sehenswürdigkeiten.

Die Studiosus-Reiseleiter

Studiosus-Reiseleiter gelten als die Besten ihrer Branche. Das liegt an der sorgfältigen Bewerberauswahl und der intensiven Aus- und Weiterbildung. Studiosus ist der einzige Studienreise-Veranstalter in Europa, der bereits seit 1998 ein nach internationalen Normen zertifiziertes QualitätsManagementSystem zur Auswahl, Aus- und Weiterbildung seiner Reiseleiter vorweisen kann.

Die Auswahl

Jedes Jahr erhält Studiosus viele Anfragen von Bewerbern, die gerne für Studiosus als Reiseleiter unterwegs sein möchten. Verläuft das ausführliche Vorstellungsgespräch positiv, darf die nächste Hürde in Angriff genommen werden: das Auswahlseminar. Hier wird überprüft, wer die besten Voraussetzungen für die Reiseleitertätigkeit mitbringt.

Die Ausbildung

Für die Bewerber, die das Auswahlseminar mit Erfolg absolviert haben, beginnt nun die Ausbildung: In einem mehrtägigen Einführungsseminar lernen sie das wichtigste Handwerkszeug eines guten Studiosus-Reiseleiters. Dabei liegt der Schwerpunkt auf praktischen Übungen. Den Reiseleitern werden nicht nur die organisatorischen und inhaltlichen Anforderungen einer Studiosus-Reise, sondern auch die speziellen Erwartungen der Studiosus-Gäste nahe gebracht. Im nächsten Schritt begleiten die Studiosus-Neulinge einen erfahrenen Reiseleiter auf seiner Reise: Sie übernehmen die Gestaltung und Organisation eines kompletten Reisetages unter Aufsicht eines erfahrenen Kollegen. Der versierte Kollege vermittelt den Newcomern auch wichtige Details über die spezifische Reise, die sie bald solo

führen werden. Nach der Rückkehr fertigt der neue Reiseleiter einen umfangreichen Bericht an, der das Gelernte zusammenfasst und als Basis für eigene Reisen dient.

Jetzt erst geht es auf die erste eigene Reise. Die neuen Reiseleiter haben dabei die Möglichkeit, mit einem erfahrenen Kollegen, der in der Nähe unterwegs ist, telefonisch Kontakt zu halten. Nach der „Reisepremiere“ besprechen die Ausbildungsreferenten bei einem ausführlichen Gespräch mit dem neuen Reiseleiter seine ersten Erfahrungen.

Am Ende der ersten Reisesaison kommen die neuen Reiseleiter dann wieder in München zu einem zweitägigen Seminar mit ihren Ausbildungsreferenten zusammen, um ihre Erfahrungen auszutauschen und weitere Fragen zur Reiseleiter-Praxis zu klären.

Die Weiterbildung

Studiosus kümmert sich um die permanente Weiterentwicklung seiner Reiseleiter. Jedes Jahr lädt Studiosus deshalb zu vielen Weiterbildungsseminaren ein. Jeder Reiseleiter ist verpflichtet, mindestens eine Weiterbildungsveranstaltung pro Jahr zu besuchen.

Das Studiosus-Qualitätsmanagement

„Zufriedene Kunden“, „zufriedene Mitarbeiter“, „faire Beziehungen mit unseren Geschäftspartnern“, „Wahrnehmung unserer gesellschaftlichen Verantwortung“, „angemessener wirtschaftlicher Ertrag“ – das sind die fünf übergeordneten Unternehmensziele von Studiosus. Um diese Ziele zu erreichen, hat Studiosus ein QualitätsManagementSystem für das

gesamte Unternehmen aufgebaut, welches bereits 1998 durch einen externen Gutachter nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert wurde und jährlich erneut auf den Prüfstand gestellt wird. Auch im Juli 2011 wurde es wieder erfolgreich nach den aktuellen DIN-Normen 9001 und 14001 für drei weitere Jahre zertifiziert sowie nach EMAS validiert.

Innovationen

Studiosus ist Marktführer im Bereich Studienreisen und will dies auch bleiben. Die Unternehmensstrategie zur Erreichung dieses Zieles ist neben Qualität vor allem Innovation. Im Unternehmensleitbild heißt es dazu sinngemäß: Unser Anspruch ist es, die Erwartungen der Kunden zu erfüllen und immer wieder Neues zu erproben. Denn Neuerungen, neue Produkte und Serviceleistungen sind für die Weiterentwicklung von Studiosus unerlässlich. Studiosus ist daher in der Branche immer wieder Trendsetter. Eine kleine Auswahl:

- 1979: Studiosus erfindet die WanderStudienreise
- 1990: Studiosus bietet als erster einen eigenen Studienreise-Katalog für Bürger der damals noch existierenden DDR an
- 1996: Studiosus inkludiert als erster deutscher Reiseveranstalter das „Rail-&-Fly“-Ticket in den Reisepreis

- 1998: Studiosus kann als erster Studienreise-Veranstalter in Europa ein zertifiziertes QualitätsManagementSystem zur Auswahl, Aus- und Weiterbildung seiner Reiseleiter und ein zertifiziertes UmweltManagementSystem vorweisen
- 2002: Aufbau eines SicherheitsManagement-Systems
- 2003: Die Integration von Billigflügen in die Pauschalreise ist ein Novum in der Branche
- 2004: Studiosus bietet erstmals FamilienStudienreisen an
- 2005: Der kultimer, Eventreisen aus dem Hause Studiosus, geht an den Start
- 2010: Studiosus bringt mit „Extratouren“ mehr Freiheiten in die Studienreise
- 2011/12: Studiosus stellt als erster Studienreise-Veranstalter seine gesamte Katalogproduktion sowie sämtliche Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten auf seinen Reisen weltweit klimaneutral – durch eine entsprechende Spende zur CO₂-Kompensation an ein Klimaschutzprojekt

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement

Studiosus hat im Jahr 2002 ein eigenes Sicherheitsmanagement aufgebaut, das seit 2004 nach der internationalen Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert ist.

Es umfasst alle Ebenen der Planung und Durchführung der Reisen. Das wichtigste Element ist dabei die offene Kommunikation des Themas gegenüber Kunden und Medien – beispielsweise durch aktuelle Sicherheitsinformationen auf der Studiosus-Website.

Ein wesentlicher Teil des Sicherheitsmanagements ist die fortlaufende Analyse der Sicherheitslage in allen unseren Reiseländern und die Auswertung der Reise- und Sicherheitshinweise des deutschen Auswärtigen Amtes. Die Studiosus-Länderexperten sichten pro Jahr rund 1500 Mitteilungen der Behörde. Bestehen Zweifel an der Sicherheit in einer bestimmten Region, recherchieren die Studiosus-Experten bei internationalen und regionalen Medien sowie lokalen Ansprechpartnern, Reiseleitern und Geschäftspartnern, um sich ein noch differenzierteres Bild der Lage zu verschaffen.

Nachhaltiges Reisen

Im November 2010 wurde Studiosus der Deutsche Nachhaltigkeitspreis für die „nachhaltigste Zukunftsstrategie“ verliehen. Eine Auszeichnung – die das langjährige Engagement des Unternehmens für umweltschonendes und sozialverantwortliches Reisen würdigt.

Der Nachhaltigkeitsgedanke ist im Studiosus-Unternehmensleitbild fest verankert: „Wahrnehmung unserer gesellschaftlichen Verantwortung“ – so lautet eines der fünf übergeordneten Unternehmensziele von Studiosus. Darunter versteht das Unternehmen, seinen Kunden das Kennenlernen fremder Länder und Kulturen in einer nachhaltigen,

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement umfasst die Hotels und Transportmittel weltweit. So hat Studiosus beispielsweise auch eine eigene Flugsicherheitsliste erstellt, die weit über die „Schwarze Liste“ der Europäischen Union hinausgeht. Weiterhin verpflichtet Studiosus alle Busfahrer weltweit zur Einhaltung der strengen EU-Vorschriften bei den täglichen Lenkzeiten. Ein weiterer Pfeiler des Studiosus-Sicherheitsmanagementsystems ist der SMS-Notfall-Service: Jeder Gast, der eine Studiosus-Reise gebucht hat, erhält mit seinen Reiseunterlagen eine Telefonnummer, an die er seinen Namen und seine Handynummer per SMS übermitteln kann. Sind Gäste nun unmittelbar vor der Abreise oder im Reiseland von einem Krisenfall betroffen, kann Studiosus sie per SMS oder mit einem direkten Anruf sofort kontaktieren. Der Deutsche Reiseverband DRV, in dem Reisebüros und Reiseveranstalter organisiert sind, hat 2011 einen Krisenmanagement-Ausschuss eingerichtet. Studiosus engagiert sich in diesem Bereich seit Jahren und stellt seine langjährigen Erfahrungen dem Verband zur Verfügung.

zukunftsfähigen Form zu ermöglichen. Es bietet daher sozial verantwortlich und umweltschonend konzipierte Reisen an. Der sorgsame Umgang mit Ressourcen, mit Natur und Umwelt steht dabei im Vordergrund. Zusätzlich unterstützt Studiosus über 100 soziale, kulturelle und ökologische Projekte in zahlreichen Ländern der Welt.

Um seine Ziele im sozialen und ökologischen Bereich effizient erreichen zu können, hat Studiosus 1998 ein Umweltmanagementsystem eingeführt, das mittlerweile Teil des zertifizierten Studiosus-Qualitätsmanagementsystems ist.

Umweltengagement

Studiosus versucht, durch eine durchdachte Konzeption seiner Reisen und verschiedene weitere Maßnahmen die Umweltbelastungen durch seine unternehmerischen Tätigkeiten so gering wie möglich zu halten. Bereits seit Jahren optimiert Studiosus seine Reiseangebote so, dass möglichst wenig Transportenergie verbraucht und damit möglichst wenig Treibhausgas CO₂ freigesetzt wird. Weitere Pfeiler des Studiosus-Umweltengagements sind unter anderem:

- die seit 1996 in den Reisepreis inkludierte umweltfreundliche Anreise mit der Bahn zum Flughafen (Rail-&-Fly-Ticket)
- die seit 1999 in den Reisepreis inkludierte umweltfreundliche Anreise mit dem öffentlichen Personennahverkehr zum Flughafen („Fahren & Fliegen“)
- die seit 2007 bestehende Möglichkeit für Kunden, den CO₂-Ausstoß einer geplanten Flugreise zu berechnen und durch die Spende an ein Klimaschutzprojekt der Studiosus Foundation e.V. zu kompensieren,
- umfangreiche Energiesparmaßnahmen am Firmensitz
- **neu 2011:** Studiosus druckt seine Reisekataloge für die Saison 2012 erstmals klimaneutral. Dazu werden der Energieaufwand und die dadurch anfallenden CO₂-Emissionen berechnet und durch eine entsprechende Spende an ein mit dem Goldstandard zertifiziertes Klimaschutzprojekt in Indien kompensiert
- **neu für 2012:** Auch sämtliche Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten auf Studiosus-Reisen werden von Studiosus weltweit ab der Saison 2012 durch CO₂-Kompensation automatisch klimaneutral gestellt

Studiosus Foundation e.V.

Seit 1993 fördert Studiosus weltweit Projekte zur Verbesserung der Lebensverhältnisse, zum Schutz der Natur und zum Erhalt des kulturellen Erbes in den Gastgeberländern. Der Gedanke dahinter lautet: Nicht nur nehmen, sondern auch geben. Im Jahr 2005 wurde die Studiosus Foundation gegründet und führt

seither das langjährige Engagement des Reiseveranstalters für einen nachhaltigen Tourismus im Bereich Förderprojekte fort. Aktuell unterstützt der gemeinnützige Verein rund 50 Sozial-, Kultur- und Umweltprojekte weltweit. Fast alle dieser Projekte, bei denen der Verein Hilfsmaßnahmen finanziert, können auf Urlaubsreisen von Studiosus besucht werden.

2010 erhielt die Studiosus Foundation das Spenden-Siegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI), das auch für 2011 bestätigt wurde. Das Siegel bescheinigt dem Träger eine transparente Verwendung der Mittel, eine sachliche und wahrhaftige Information sowie angemessene Verwaltungsausgaben. So können Spender sicher sein, dass ihre Hilfe auch ankommt. Eine Besonderheit der Studiosus Foundation: Die Verwaltungskosten werden durch die Mitgliedsbeiträge gedeckt, so dass Spenden Dritter voll und ganz den Projekten zugutekommen.

Sozial verantwortlich reisen

Neben der Finanzierung von Förderprojekten engagiert sich Studiosus auch durch die Mitarbeit in internationalen Organisationen wie dem UN Global Compact (United Nations Global Compact for Responsibility) für sozial verantwortliches Reisen. Wir arbeiten außerdem mit ECPAT (End child prostitution, pornography and trafficking), der internationalen Organisation gegen Kinderprostitution, Kinderpornografie und Kinderhandel, zusammen. Seit dreizehn Jahren führt das Unternehmen überdies sogenannte Foren der Bereisten durch. Dabei lädt Studiosus Teilnehmer aus den unterschiedlichsten Bereichen ein – zum Beispiel Hoteliers, Vertreter von Tourismus- und Naturschutzbehörden, Bürgermeister, Pfarrer, Lehrer und Händler – um über Chancen und Risiken des Tourismus in ihrer Region zu diskutieren. Hierdurch können wertvolle Informationen für eine nachhaltige Gestaltung der Reisen gewonnen werden. Die wichtigste Rolle bei der sozial verantwortlichen Gestaltung unserer Reisen fällt den Studiosus-Reiseleitern zu. Als geschulte interkulturelle Vermittler bringen sie unseren Reisegästen fremde Kulturen auf sozial verantwortliche Art und Weise über Dialog und Begegnungen näher.

Tochterunternehmen

Studiosus bietet vor allem Studienreisen an. Mit seinen Tochterunternehmen verwirklicht das Unternehmen aber auch verwandte Reiseideen. Zum Beispiel „maßgeschneiderte“ Gruppenreisen, die die individuellen Vorstellungen der Auftraggeber verwirklichen, oder Entdeckerreisen, die den Aspekt „preiswert erleben und entdecken“ in den Vordergrund stellen.

Studiosus Gruppenreisen GmbH

Die Angebote der Studiosus Gruppenreisen GmbH richten sich an Auftraggeber, die eine Gruppenreise komplett abnehmen und alle Teilnehmer dafür selbst stellen.

Ein Tätigkeitsfeld von Studiosus Gruppenreisen ist die Planung, Organisation und Durchführung von „Gruppenreisen nach Maß“. Diese Reisen werden von dem Gruppenreisenspezialisten exklusiv für den jeweiligen Auftraggeber verwirklicht. Die Reisen beruhen auf exakt definierten Kundenwünschen wie zum Beispiel Abreiseort, Reisedauer, Preisniveau, thematische Inhalte, Qualifikation der Reiseleitung oder Programminhalte. Zusätzlich bietet Studiosus

Gruppenreisen seit vielen Jahren sehr erfolgreich „Reise-Ideen für Sondergruppen“ in einem eigenen Katalog an.

Die Auftraggeber sind Verlage, Zeitungen und Magazine, Hörfunk und Fernsehen, Handelskonzerne und Buchclubs, Vereine und Verbände, Volkshochschulen, Firmen und Privatkunden aus dem deutschsprachigen Raum – und in zunehmendem Maße auch Reisebüros.



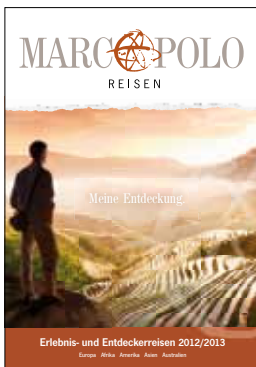
Marco Polo Reisen GmbH

Die Produkte von Marco Polo sind preisgünstige Erlebnis- und Entdeckerreisen. Sie sind für Reisende gedacht, die an den wichtigsten Highlights eines Landes sowie an Land und Leuten interessiert sind – ohne aber inhaltlich das Niveau einer Studienreise zu erwarten.

Marco Polo liegt preislich sehr deutlich unter Studiosus und befindet sich im Wettbewerb mit Rundreiseanbietern und Zielgebietspezialisten. Trotz der niedrigen Preise bieten die Reisen ein

echtes Kennenlernen von Land und Leuten. Ein landeskundiger Marco Polo Scout, der in der Regel vor Ort lebt, kennt das Reiseland aus erster Hand und garantiert ein authentisches Reiseerlebnis. Landestypische Hotels sorgen dafür, dass das Flair und die Kultur eines Landes erlebbar werden. „Marco Polo Live“, das Entdecker-Highlight auf jeder Reise, bietet ein einzigartiges Erlebnis: Hier sind die Gäste hautnah dabei und dürfen manchmal auch selbst mit anpacken – beim Fischefangen, Speerwerfen oder bei der Kaffee-Ernte.

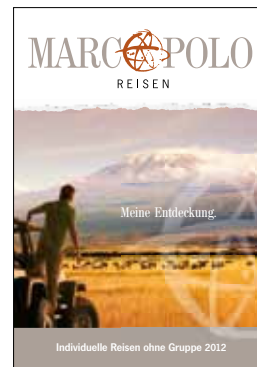
Marco Polo präsentiert sein Angebot in drei Katalogen:



Erlebnis- und Entdeckerreisen

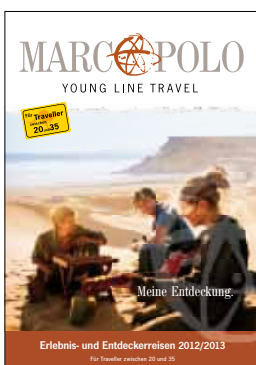
Europa, Afrika, Amerika, Asien und Australien

Preiswerte Reisen in kleinen Gruppen. Der Marco Polo Scout bahnt den Weg zu fremden Kulturen. Die Gäste sind in kleinen Gruppen von höchstens 22 Teilnehmern unterwegs.



Individuelle Reisen ohne Gruppe

Perfekt organisierte Reisen ohne Gruppe – die Gäste reisen nur mit ihrem Partner oder der Familie und werden von ihrem persönlichen Marco Polo Scout begleitet. Unterwegs sind sie im Pkw oder Jeep mit eigenem Fahrer.



YOUNG LINE TRAVEL

Preiswerte Entdeckerreisen für junge Traveller zwischen 20 und 35 Jahren. Der Marco Polo Scout weiß, wo's lang geht – zum Strand, zum Club, zum Sightseeing.

Studiosus

Marktführer in Europa bei Studienreisen

Premium-Marke

Moderne Studienreisen
mit der Freiheit der „Extratouren“

Ausführliche Reisen mit umfassendem Kennen-
lernen des Reiseziels

Rundum-Sorglos-Reisepaket

Inklusiv-Preise

Reisekonzept: Die Reisen sind so geplant,
dass möglichst viel möglichst bequem besichtigt
werden kann

Zielgruppe für Kenner und Genießer zwischen
ca. 45 und 65 Jahren, die Land und Leute intensiv
und umfassend kennen lernen wollen

Erstklassige Studiosus-Reiseleiter, die Brücken
zwischen der Kultur des Gastlandes und der der
Reisegäste schlagen können (Auswahl, Aus- und
Weiterbildung zertifiziert)

Intensiverleben



Experte für preisgünstige Entdeckerreisen

Günstig-Marke

Erlebnis- und Entdeckerreisen

Überblicksreisen zu allen wichtigen Highlights plus
„Marco Polo Live“-Element

Preisgünstiges Basispaket mit fakultativen
Zusatzleistungen

Basispreise

Reisekonzept: Die Reisen sind so geplant, dass sie
preiswert angeboten werden können

Für Einsteiger und Preisbewusste zwischen 35
und 60 Jahren, die sich einen Überblick über Land
und Leute verschaffen möchten

Landeskundige einheimische Marco Polo Scouts, die
ihr Land besonders authentisch zeigen können

Meine Entdeckung.

Die Saison 2011

Das Jahr 2011 war geprägt von den Demokratiebewegungen in der arabischen Welt und der Natur- und Atomkatastrophe in Japan. Noch nie waren mehr Studiosus-Gäste von Reiseabsagen betroffen als in diesem Jahr. Trotz dieser Rahmenbedingungen gingen die Zahl unserer Gäste und der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr nur leicht zurück. Da wir 2010 aber ein Rekordergebnis beim Umsatz erzielen konnten, sind wir mit dem Geschäftsverlauf 2011 sehr zufrieden.

Arabischer Frühling

Der Nahe Osten und die arabische Welt sind eine wichtige Reiseregion für Studienreisende. Aufgrund der Revolutionen in Tunesien und Ägypten zu Jahresbeginn, des Bürgerkriegs in Libyen und der Aufstände in Syrien verzeichneten wir in dieser Region 2011 einen deutlichen Gästerückgang. So haben wir in der ersten Jahreshälfte zahlreiche Reisen nach Tunesien, Ägypten und Syrien abgesagt. Libyen mussten wir ganz aus dem Programm nehmen, Reisen nach Syrien sind ebenfalls bis auf weiteres abgesagt. Auch bei kaum betroffenen Ländern der arabischen Welt wie Marokko und Jordanien hielten sich die Gäste mit Buchungen zurück. Obwohl sich die Lage in Tunesien und Ägypten ab dem Frühjahr wieder weitgehend normalisiert hat, entwickelt sich die Kundennachfrage nur langsam wieder hin zum normalen Niveau.

Natur- und Atomkatastrophe in Japan

Nach dem verheerenden Erdbeben mit anschließendem Tsunami am 11. März und der darauf folgenden Kernschmelze in drei Reaktoren des Kernkraftwerks Fukushima mussten wir zahlreiche Reisen nach Japan absagen. Doch nicht nur unser Angebot in Japan war von der Katastrophe betroffen, viele Gäste verschoben auch ihre Buchungen in den südostasiatischen Raum und nach China, weil sie sich vor einer radioaktiven Belastung fürchteten.

Gästeentwicklung

Wie auch bei anderen Veranstaltern, so konnten auch bei Studiosus die Reisen in den europäischen Mittelmeerraum von der schwierigen Situation in der arabischen Welt profitieren. Insbesondere in Italien und Spanien verzeichneten wir einen

deutlichen Buchungszuwachs. Insgesamt allerdings sank die Zahl unserer Gäste 2011 um rund sechs Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Vor dem oben geschilderten Hintergrund und der Tatsache, dass 2011 so viele Kunden von krisenbedingten Reiseabsagen betroffen waren wie noch nie, sind wir mit diesem Ergebnis zufrieden.

Sicherheitsmanagement bewährt

Die revolutionäre Situation in der arabischen Welt, die Katastrophen in Japan, aber auch immer wieder Zwischenfälle in anderen Staaten und Regionen haben unser Sicherheitsmanagement 2011 sehr gefordert. Dabei hat es sich einmal mehr hervorragend bewährt. Obwohl im arabischen Raum, insbesondere in Ägypten und in Syrien, Routen umgestellt und auch Reisen abgebrochen werden mussten, waren zu keinem Zeitpunkt Studiosus-Gäste akut gefährdet – und alle konnten bis hin zur Heimreise bestens versorgt werden.

Studiosus Sprachreisen wird eingestellt

Neben Studienreisen hat Studiosus auch andere Produktlinien wie Städtereisen, Singlereisen und Sprachreisen im Programm. Der Bereich Sprachreisen, der am Umsatz und den Gästezahlen von Studiosus nur zu gut einem Prozent beteiligt ist, wird mit Beginn des Jahres 2012 eingestellt. In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass Sprachreisen in zunehmendem Maße über das Internet direkt bei den Sprachschulen gebucht werden. Der klassische Buchungsweg über Reiseveranstalter und Reisebüros wird von den Gästen immer weniger gewählt. Davon betroffen waren auch Studiosus Sprachreisen. Um hier eine Trendwende zu erreichen, hätte Studiosus massiv in den Direktvertrieb

über Internet investieren müssen. Dies ist aber nicht mit der Vertriebspolitik des Unternehmens, die alle Vertriebskanäle gleichwertig behandeln möchte, vereinbar. Daher ziehen wir uns aus dem Markt für Sprachreisen zurück. Alle Mitarbeiter der Sprachreisen-Abteilung werden 2012 in andere Unternehmensbereiche wechseln.

Ein Plus an Informationen

2011 hat Studiosus eine Reihe von Maßnahmen umgesetzt, die die Buchung von Studiosus-Reisen deutlich erleichtern. So geben wir den Reisebüros und Kunden mittlerweile umfassende Informationen zum Flug für ihre Reise, die fast keine Wünsche mehr offen lassen. Mussten die Reisebüros früher häufig bei unserer Flugabteilung anrufen, um Flugzeiten zu erfragen oder Flugbuchungen bestätigt zu bekommen, so ist seit 2011 die verfügbarkeitsgeprüfte Flugabfrage bequem über die Reservierungssysteme möglich.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Im Bereich zukunftsfähiger Tourismus ist Studiosus seit Jahren wegweisend. Ende 2010 wurde das Unternehmen dafür in der Kategorie „nachhaltigste Zukunftsstrategien“ mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Dass sich Studiosus bei diesem Thema aber nicht auf seinen Lorbeeren ausruht, zeigen folgende Innovationen: Studiosus hat 2011 seine Kataloge zum ersten Mal klimaneutral gedruckt. Und ab der Saison 2012 werden alle Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten auf Studiosus-, kultimer- und Marco Polo Reisen weltweit automatisch durch eine Vorabzahlung von 280.000 € an ein Klimaschutzprojekt klimaneutral gestellt – die genaue Höhe der Kompensationszahlung wird Ende 2012 ermittelt und der entsprechende Betrag nachgezahlt. Damit erweist sich Studiosus einmal mehr als Vorreiter in Sachen nachhaltiges Reisen.

Entwicklung des relativen Marktanteils

Relativer Marktanteil nach Umsätzen in Mio. € von Studiosus/Marco Polo, Gebeco/Dr. Tigges, Ikarus und Meier's Weltreisen

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Studiosus/Marco Polo	204,8	219,0	234,2	217,9	236,6	228,8
Gebeco/Dr. Tigges	113,0	118,0	118,0	107,0	104,0	105,0
Ikarus	44,9	46,3	45,8	43,1	44,6	41,2
Meier's Weltreisen*	5,1	5,4	5,7	5,2	5,2	4,9
Summe	367,8	388,7	403,7	373,2	390,4	379,9

Relativer Marktanteil

von Studiosus **55,7 %** **56,3 %** **58,0 %** **58,4 %** **60,6 %** **60,2 %**

Quellen: FVW, Eigenangaben der Veranstalter; *nur Studienreisen geschätzt

Geschäftsentwicklung in Zahlen

■ Umsatzentwicklung in Mio. €

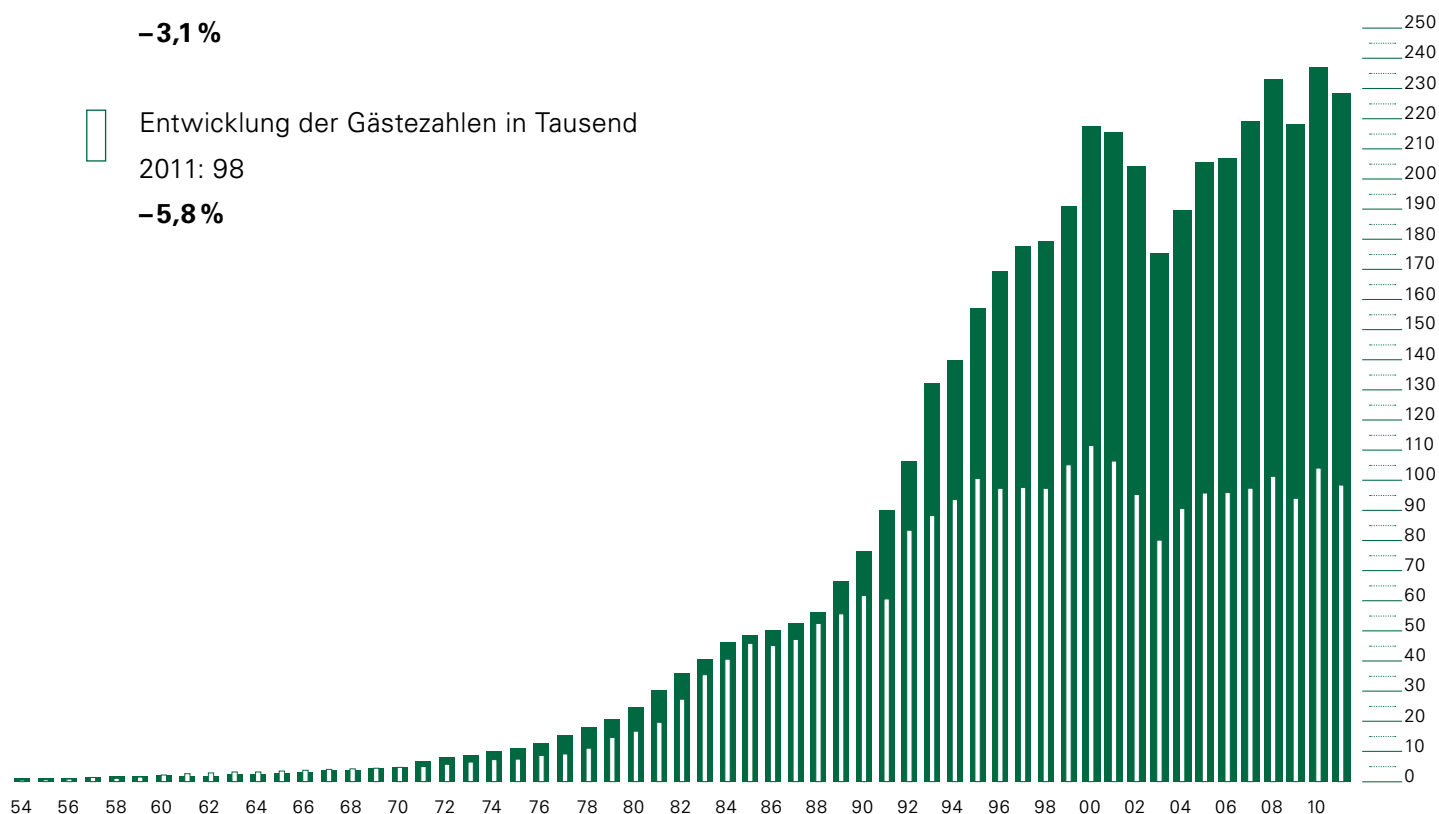
2011: 228,7

-3,1 %

□ Entwicklung der Gästezahlen in Tausend

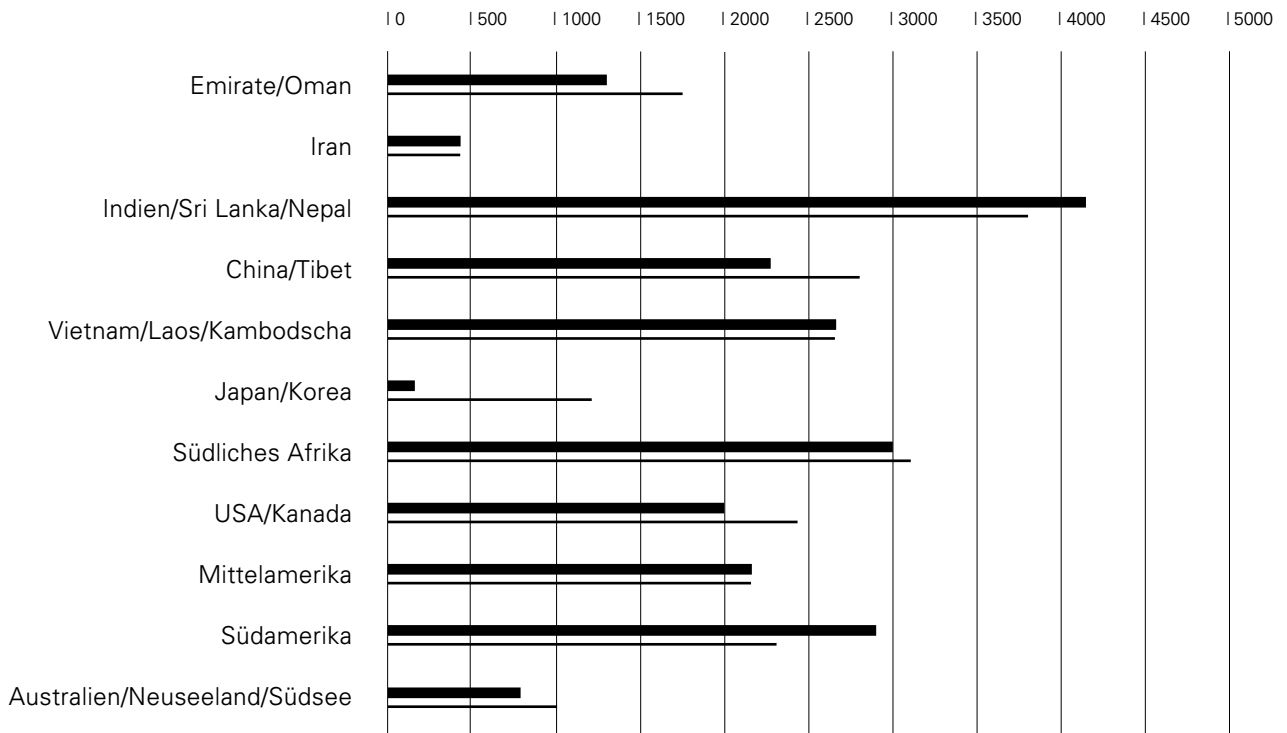
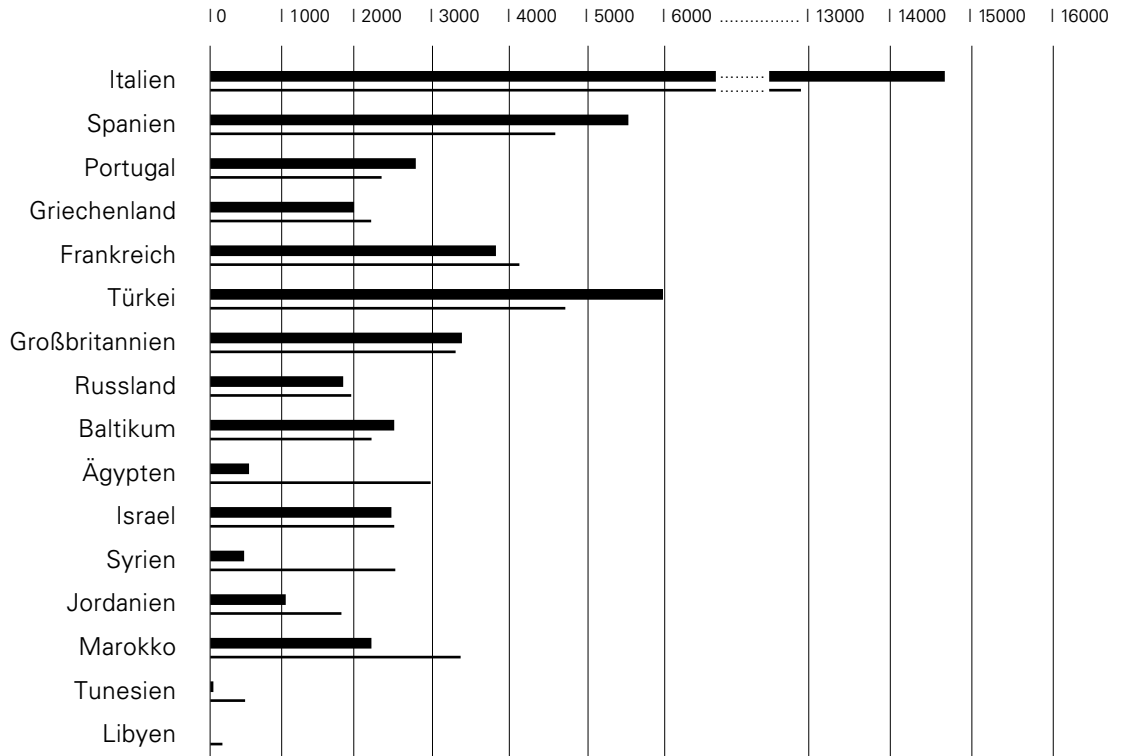
2011: 98

-5,8 %



Gästezahlen 2011

■ 2011
— 2010



Unternehmensdaten

Gründung	1954
Unternehmenszweck:	Veranstaltung von intelligenten Urlaubsreisen weltweit: Die kultivierte Art zu reisen.
Unternehmensleitung:	Peter-Mario Kubsch (GF), Hans-Dieter Lohneis, Peter Strub, Guido Wiegand
Gesellschafter:	Peter-Mario Kubsch, Isabeau-Jutta Kubsch, Geschw. Kubsch GbR
Mitarbeiter:	310 in der gesamten Unternehmensgruppe, davon 24 Auszubildende
ReiseleiterInnen:	600
Tochterunternehmen:	Studiosus Gruppenreisen GmbH; Marco Polo Reisen GmbH; Klingenstein Reisen GmbH & Co. KG
Reisebüro:	Studiosus UrlaubsCenter
Vertrieb:	Rund 7000 Reisebüros in Deutschland, Österreich und in der Schweiz
Stammkapital:	1.000.000 EUR

Mitgliedschaften

ASTA	American Society of Travel Agents, German Chapter
DRV	Deutscher ReiseVerband e.V.
FDSV	Fachverband Deutscher Sprachreisenveranstalter e.V.
F.U.R.	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
IATA	International Air Transport Association
PATA	Pacific Asia Travel Association, International and Bavaria Chapter
SKAL	Internationale Vereinigung von Führungskräften aus der Tourismusbranche
StfT&E	Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.
UN Global Compact	United Nations Global Compact for Responsibility

Das Studiosus-Managementsystem ist zertifiziert nach: DIN EN ISO 9001,
DIN EN ISO 14001, EMAS III (Eco-Management and Audit Scheme)

Der Studiosus-Nachhaltigkeitsbericht ist mit der Bestnote A+ der Global Reporting Initiative GRI bewertet.

Unternehmensgruppe Studiosus

Studiosus Reisen GmbH

Studiosus

Studienreisen

Die Nr. 1 der Studienreise-Anbieter Europas

Studiosus

FamilienStudienreisen

Familienurlaub mit Erlebnisprogramm: für Erwachsene mit Kindern zwischen 6 und 14 Jahren

Studiosus me & more

Urlaub für Singles und Alleinreisende

Studiosus CityLights

Städtereisen

Individuell und in der Gruppe

kultimer

Events und Kulturtrips

Marco Polo Reisen GmbH

MARCO POLO REISEN

Erlebnis- und Entdeckerreisen
Urlaub für Weltentdecker

MARCO POLO REISEN

Individuelle Reisen ohne Gruppe
Perfekt organisierte Entdecker-
touren ohne Gruppe

MARCO POLO YOUNG LINE TRAVEL

YOUNG LINE TRAVEL
Entdeckerreisen für junge Traveller
zwischen 20 und 35 Jahren

Studiosus Gruppenreisen GmbH

Studiosus Gruppenreisen

Maßgeschneiderte Reisen für Vereine, Firmen oder Freundeskreise

GESELLSCHAFT FÜR MEDIENREISEN

Rundreisen für Kunden aus dem
Mediensektor