

Geschäftsjahr 2011: Studiosus mit Geschäftsverlauf "zufrieden"

27.10.2011

Geschäftsjahr 2011: Studiosus mit Geschäftsverlauf "zufrieden"

Der Marktführer bei Studienreisen verzeichnet eine starke Verlagerung der Nachfrage von der Arabischen Welt in den europäischen Mittelmeerraum.

Zugleich sind die Buchungen für den Indischen Subkontinent und Südamerika deutlich gestiegen. Das Sicherheitsmanagement hat sich abermals bewährt.

In der ersten Jahreshälfte 2011 hätte das Marktumfeld für Studiosus kaum widriger sein können: Erst führten die innenpolitischen Umwälzungen in der Arabischen Welt zu deutlichen Ausfällen bei der Nachfrage. Dann folgte die Natur- und Atomkatastrophe in Japan und trübte die Reiselust nach Fernost. Die Folge: Noch nie waren mehr Studiosus-Gäste von Reiseabsagen aufgrund von Sicherheitserwägungen betroffen als in diesem Jahr. Dennoch gingen Umsatz und Teilnehmer im Vergleich zum Vorjahr nur leicht zurück. Kein Wunder also, dass sich Peter-Mario Kubsch vor diesem Hintergrund auf der Jahrespressekonferenz in Berlin mit dem Geschäftsverlauf "zufrieden" zeigte. Zumal Studiosus im Vorjahr beim Umsatz ein Rekordergebnis eingefahren hatte, wie der Studiosus-Geschäftsführer betonte. Laut Kubsch generierte die Unternehmensgruppe mit ihren Veranstaltermarken Studiosus und Marco Polo im Geschäftsjahr 2011 (1. Januar bis 31. Dezember) einen Umsatz von insgesamt 228.766.000 Euro. Das entspricht einem Minus von 3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2010: 236.084.000 Euro). Die Zahl der Reisegäste hat sich im gleichen Zeitraum um 5,8 Prozent verringert und liegt bei 98.100 Teilnehmern (2010: 104.195 Teilnehmer). Damit liegt die Unternehmensgruppe Studiosus weit über den Umsatz- und Teilnehmerzahlen von 2009 - und bleibt mit deutlichem Vorsprung auf die Mitbewerber Marktführer bei Studienreisen.

Italien, Spanien und die Türkei stärker nachgefragt

Dass sich Kubsch mit dem Geschäftsverlauf zufrieden zeigen konnte, lag insbesondere an einer Verlagerung der Nachfrage in den europäischen Mittelmeerraum. Wie bei anderen Veranstaltern profitierte diese Region auch bei Studiosus von der schwierigen Situation in der Arabischen Welt. Italien legte zweistellig um 14,4 Prozent auf insgesamt 14.683 Teilnehmer zu. Nach Spanien zog es 18,6 Prozent mehr Studiosus-Gäste (5.456 Teilnehmer) und Portugal war um 21,9 Prozent stärker nachgefragt (2.822 Teilnehmer) als noch ein Jahr zuvor. Besonders beliebt war auch die Türkei. Studiosus konnte hier ein Teilnehmerplus von 26,3 Prozent verbuchen und insgesamt 5.949 Gäste begrüßen. Damit bleibt die Türkei nach Italien weiterhin zweitwichtigstes Zielgebiet von Studiosus. In der Ferne legten beim Marktführer insbesondere der Indische Subkontinent und Südamerika zu. Nach Indien und Sri Lanka reisten insgesamt 4.134 Gäste. Das sind 8,8 Prozent mehr als noch ein Jahr zuvor. Nach Südamerika zog es 2.901 Teilnehmer - ein Plus von 25,2 Prozent. Schwächer nachgefragt wurden dagegen zum Beispiel in Europa Länder wie Griechenland, Polen und Rußland. Zu den "Verlierern" gehörten auf der Fernstrecke neben Japan zudem Nordamerika sowie Australien und Neuseeland - und die Länder der Arabischen Welt.

Arabischer Frühling und Fukushima: Sicherheitsmanagement bewährt

Traditionell sind die islamischen Länder von Marokko über Ägypten und den Nahen Osten bis in den Oman eine wichtige Reiseregion für Studiosus. Vor einem Jahr noch konnte der Veranstalter insgesamt 12.653 Gäste in diesen Ländern begrüßen und dabei ein Allzeithoch für die Region vermelden. Aufgrund der Revolutionen in Tunesien und Ägypten zu Jahresbeginn, des Bürgerkriegs in Libyen und der Aufstände in Syrien musste Studiosus 2011 jedoch einen Rückgang auf 8.640 Gäste in dieser Region hinnehmen - das sind rund ein Drittel weniger Kunden als ein Jahr zuvor. Verstärkt wurde der Rückgang dadurch, dass auch in Ländern wie Marokko und Jordanien, die von innenpolitischen Umwälzungen nur wenig betroffen waren, sich die Gäste mit Buchungen zurückhielten. Und auch die Natur- und Atomkatastrophe in Japan, die das Frühjahr überschattete, blieb nicht nur regional begrenzt, wie Studiosus-Geschäftsführer Kubsch erläuterte: "Viele unserer Gäste haben ihre geplanten Reisen nach Vietnam, Thailand und China infolge der Ereignisse verschoben, weil sie sich vor einer radioaktiven Belastung fürchteten." So gab China zum Beispiel um 18,4 Prozent auf insgesamt 2.265 Teilnehmer nach. Das Studiosus-Sicherheitsmanagement sei durch diese Geschehnisse "sehr gefordert" gewesen, so Kubsch weiter. Dabei hat es sich einmal mehr hervorragend bewährt: "Obwohl wir in vielen Ländern der Arabischen Welt, insbesondere in Ägypten und Syrien, Routen umstellen und auch Reisen abbrechen mussten, waren zu keinem Zeitpunkt Studiosus-Gäste akut gefährdet - und alle konnten wir bis zum Antritt der Heimreise bestens versorgen."

Pressekontakt:

Dr. Frano Ilic, Pressesprecher der Unternehmensgruppe Studiosus
Telefon: +49-89-50060-505, E-Mail: frano.ilic@studiosus.com (<mailto:frano.ilic@studiosus.com>)
Gerne stellen wir Ihnen kostenfreies Bildmaterial zur Verfügung.

Über die Unternehmensgruppe Studiosus

Studiosus ist der führende Studienreise-Anbieter in Europa. Die hohe Qualität der Programme, hervorragende Reiseleiter und ständige Innovationen sichern Studiosus die Marktführerschaft. Neben Studienreisen hat Studiosus auch attraktive studienreisenahe Angebote, wie zum Beispiel Eventreisen, Reisen für Singles und Städtereisen, im Programm. Im Jahr 2011 reisten 98.100 Gäste in mehr als 100 Länder weltweit mit der Unternehmensgruppe Studiosus, zu der auch die im günstigeren Rundreisesegment positionierte Veranstaltermarke Marco Polo gehört. Der Umsatz betrug im gleichen Zeitraum 229 Millionen Euro. Am Firmensitz in München sind derzeit 310 Mitarbeiter beschäftigt, davon 24 Auszubildende. Zudem arbeitet Studiosus mit über 600 Reiseleitern weltweit zusammen. Gegründet wurde das Familienunternehmen 1954. Internet: www.studiosus.com (<http://www.studiosus.com>)

