



Geschäftsentwicklung 2012

25.10.2012

Geschäftsentwicklung 2012

Fernreisen beflügeln die Nachfrage bei Studiosus

Die Unternehmensgruppe Studiosus kann sich über deutliche Buchungszuwächse bei Fernreisen freuen und zeigt sich angesichts anhaltender Nachfrageausfälle im Nahen Osten mit dem Geschäftsverlauf zufrieden.

Hochwertige Studienreisen und preisgünstige Entdeckerreisen in kleinen Gruppen bleiben beliebt: Im Geschäftsjahr 2012 erwirtschaftete die Unternehmensgruppe Studiosus mit ihren beiden Veranstaltermarken Studiosus und Marco Polo einen Umsatz von insgesamt 232.633.000 Euro. Das entspricht einem Plus von 1,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2011: 228.892.000 Euro). Die Zahl der Reisegäste nahm im gleichen Zeitraum nur geringfügig ab und liegt bei 97.400 Teilnehmern (2011: 98.178 Teilnehmer). Vor dem Hintergrund anhaltender Nachfrageausfälle in einigen Ländern des Nahen Ostens zeigte sich Studiosus-Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch am 24. Oktober auf der Jahrespressekonferenz in Berlin mit diesem Ergebnis mehr als zufrieden. Der leichte Rückgang bei den Teilnehmerzahlen ist laut Kubsch auf die Einstellung der Produktparte Studiosus Sprachreisen im laufenden Jahr zurückzuführen. Neben dem Eventreisen-Angebot kultimer hat insbesondere die im preisgünstigen Rundreisen-Segment positionierte Marke Marco Polo überproportional zum diesjährigen Geschäftserfolg beigetragen.

Indischer Subkontinent, Südostasien und Südafrika besonders beliebt

Zu den Gewinnern der Saison zählten Fernreiseziele wie Indien, Sri Lanka, die Länder der Seidenstraße, Birma, Indochina und Südafrika. Aufgrund eines attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnisses legte die Nachfrage hier zweistellig zu. Ebenfalls im Aufwind: Lateinamerika von Mexiko über Brasilien bis Argentinien.

In Europa waren einige Länder Nord- und Osteuropas deutlich stärker nachgefragt als noch ein Jahr zuvor. Hier konnten sich insbesondere Island, Irland, das Baltikum und Russland über mehr Studiosus-Gäste freuen. Und auch der deutschsprachige Raum lag bei Studiosus im Trend. Gefragt waren hier Events und Kulturtrips. Weniger Gäste zog es hingegen in die Länder des europäischen Mittelmeerraums, die im Vorjahr noch von einer starken Verlagerung der Nachfrage durch den Arabischen Frühling profitiert hatten. Italien und Spanien mussten in 2012 beispielsweise ein einstelliges Minus hinnehmen. Italien bleibt aber mit insgesamt 13.787 Teilnehmern im Jahr 2012 vom Volumen her das wichtigste Ziel von Studiosus.

In Griechenland besteht eine anhaltend schwierige Buchungssituation für Studienreisen, da die Kunden Bedenken haben, dass Streiks und wirtschaftliche Probleme ihren Urlaub beeinträchtigen könnten. In der Türkei hingegen, die 2011 bei Studiosus ein Rekordjahr verzeichnete, blieb die Nachfrage auf einem hohen Niveau stabil. Insbesondere die Attraktivität von Istanbul als Top-Ziel für Städtereisen und Kulturtrips war ungebrochen und trug zu diesem erfreulichen Ergebnis bei.

Nachfrageausfälle in Nahost, Trendwende in Marokko und Oman

Zweigeteilt präsentiert sich die Lage in der arabischen Welt: In vielen Ländern des Nahen Ostens wird die Nachfrage von der politischen Entwicklung getrübt. In Israel und Jordanien führt der Syrienkonflikt zu sinkenden Teilnehmerzahlen; Syrien haben Studiosus und Marco Polo aus Sicherheitsgründen bereits im April 2011 aus ihrem Angebot genommen. In Ägypten ist es die instabile innenpolitische Situation mit wiederkehrenden Demonstrationen in Kairo, die Anbietern von Reisen in das kulturträchtige Niltal besonders zu schaffen macht. Ganz anders entwickelt sich der Tourismus in Marokko, Tunesien und auf der arabischen Halbinsel. Diese Länder erfreuen sich wieder wachsender Beliebtheit und bescherten Studiosus zweistellige Buchungszuwächse.

Pressekontakt:

Dr. Frano Ilic, Pressesprecher der Unternehmensgruppe

Telefon: +49-89-50060-505, E-Mail: frano.ilic@studiosus.com

[← Zurück zur Übersicht](#)

[Druckansicht](#) |