



Studiosus mit Rekordumsatz

Peter-Mario Kubsch, Geschäftsführer der
Unternehmensgruppe Studiosus

09.10.2014

Studiosus mit Rekordumsatz

Rund 100.000 Gäste und ein Allzeithoch beim Umsatz: Der europäische Marktführer bei Studienreisen kann sich über ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 freuen und gewinnt Marktanteile. Dabei legt das Studienreise-Segment überproportional zu. Für weiteres Wachstum sollen neue Urlaubsangebote wie Studiosus smart & small sorgen. Die Preise bleiben 2015 auf einem günstigen Niveau.

10 Prozent mehr Gäste, 8 Prozent mehr Umsatz: Im 60. Jubiläumjahr hätten die Geschäfte von Studiosus kaum besser laufen können. Mit 251.513.000 Euro (2013: 233.373.000 Euro) erreichte der Umsatzerlös ein Allzeithoch, gleichzeitig reisten 99.600 Gäste (2013: 90.923 Gäste) mit der Studiosus-Gruppe in mehr als 100 Länder weltweit. Seit Jahresbeginn lagen die Buchungszahlen dabei konstant über dem Vorjahreszeitraum. Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch: "Trotz aller krisenhaften Ereignisse des Jahres sind wir mit dem Ergebnis sehr zufrieden."

Neben einer hohen Produktqualität, einer nachhaltigen Programmgestaltung und einem bewährten Sicherheitsmanagement machen Innovationen den Unterschied. Zum Beispiel "Extratouren": Die bereits vorbereiteten Alternativen zum geführten Gruppenprogramm gibt es nur bei Studiosus. Ein echter Mehrwert, sorgen sie doch für Freiraum und Flexibilität auf der Reise und bedienen einen Kundenwunsch, der stetig steigt. Für diese Produktinnovation wurde Studiosus 2011 mit dem begehrten Best-Practice-Award des Travel Industry Club ausgezeichnet.

Interesse an Studienreisen steigt

Besonders stark gewachsen ist Studiosus 2014 im Studienreise-Segment, das überproportional zum Geschäftserfolg des Münchner Familienunternehmens beigetragen hat. Dabei kommt dem Marktführer auch ein generell gestiegenes Interesse an Studienreisen zugute, wie die Zahlen der F.U.R. Reiseanalyse 2014 belegen. So können sich aktuell 6,18 Millionen Deutsche in den nächsten drei Jahren eine Studienreise im Urlaub vorstellen. Im Vergleich zur Reiseanalyse 2013 ist das ein Plus von 11 Prozent. Aber nicht nur Studienreisen, sondern auch andere studienreisenahe Urlaubsformen waren bei Studiosus sehr beliebt. Zum Beispiel das Singlereisen-Angebot me & more und die Mini-Gruppen des Veranstalters Marco Polo, der ebenfalls zur Studiosus-Gruppe gehört.

Neue Urlaubsangebote, attraktive Reisepreise

2015 will Studiosus weiter wachsen. Zum Beispiel mit smart & small. Das neue Urlaubsangebot für Berufstätige kombiniert erholsamen Urlaub mit Begegnungen und Entdeckungen in kleinen Gruppen und wurde Anfang Juli 2014 erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Drei Monate danach hat es die Buchungserwartungen der Münchner bereits übertroffen. Auch eine zeitgemäße Programmgestaltung mit Begegnungen und aktuellen Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft soll vermehrt Kunden ansprechen. Und attraktive Reisepreise sollen für weiteres Wachstum sorgen. Diese bleiben in vielen Ländern auf dem günstigen Niveau von 2014, wie zum Beispiel in Griechenland, Spanien und Marokko. In zahlreichen Fernreisedestinationen sinken die Reisepreise sogar weiter. So werden in Südafrika, das einen veritablen Boom erlebt, die Studiosus-Angebote um durchschnittlich drei Prozent günstiger.

Griechenland ist der Shooting-Star, Italien hat die meisten Studiosus-Gäste

Gerade in klassischen Urlaubsländern rund ums Mittelmeer zog die Nachfrage 2014 aufgrund eines attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnisses stark an. In Italien schreibt Studiosus ein Teilnehmerplus von 17 Prozent und konnte sich über 14.434 Gäste freuen. Damit bleibt das Land von den Teilnehmerzahlen her das wichtigste Zielgebiet des Veranstalters. In Spanien legten die Gästezahlen um 20 Prozent auf insgesamt 5.460 Teilnehmer zu. Und in Portugal konnte Studiosus 3.774 Gäste begrüßen, ein Plus von 25 Prozent. Zudem ist Griechenland wieder stark im Kommen und auf dem Weg zu neuer Stärke: Die Teilnehmerzahlen stiegen um stolze 134 Prozent auf insgesamt 2.025 Gäste.

Aber nicht nur am Mittelmeer, sondern auch in vielen Ländern Mittel-, Nord- und Osteuropas legte die Nachfrage 2014 stark zu. In Großbritannien beispielsweise um 25 Prozent (3.486 Gäste), im Baltikum um 26 Prozent (2.798 Gäste) und in Island um 18 Prozent (1.925 Gäste). Weniger stark nachgefragt waren Russland und die Türkei. In Russland sanken die Teilnehmerzahlen aufgrund vieler Negativschlagzeilen zum Konflikt in der Ukraine um 8 Prozent auf 1.947 Gäste. Und die Türkei musste der innenpolitischen Lage mit wiederkehrenden Demonstrationen Tribut zollen und gab um 27 Prozent auf 3.652 Studiosus-Gäste nach.

Arabische Welt wieder im Kommen, Iran beliebter denn je

Studienreisen in die arabische Welt spielen bei Studiosus traditionell eine wichtige Rolle. 2014 konnte der Marktführer dabei deutliche Zuwächse verbuchen. In Marokko stieg die Gästezahl auf 4.059, ein Plus von 53 Prozent. In den Emiraten und im Oman konnte Studiosus 2.178 Gäste begrüßen, das sind 19 Prozent mehr als im Vorjahr. Und im Iran vervierfachte der Veranstalter seine Teilnehmerzahlen auf rund 2.000 Gäste. Mit 275 Prozent verzeichnet Persien dabei den prozentual höchsten Zuwachs aller 125 Länder im Angebot - und ist beliebter denn je. Dazu beigetragen haben insbesondere die politische Öffnung des Landes und eine stabile innenpolitische Situation. Sollte diese Entwicklung anhalten, und vieles spricht derzeit dafür, wird der Iran laut Studiosus auch 2015 ein Trendziel für Studien- und Rundreisende bleiben.

Auch im Nahen Osten vermeldet Studiosus gestiegene Gästezahlen. Israel legte beispielsweise trotz Gazakonflikt und damit verbundener Reiseabsagen um 19 Prozent auf 1.294 Gäste zu. Und Jordanien konnte 10 Prozent mehr und insgesamt 661

Studiosus-Gäste begrüßen; allerdings spürt das Land auch in puncto touristischer Nachfrage die Auswirkungen des Kriegs im Nachbarland Syrien. Die allgemeine Nachfrage nach Kulturreisen nach Ägypten ist dagegen zusammengebrochen. Diesem Trend konnte sich Studiosus nicht widersetzen und gerade einmal 36 Gäste am Nil begrüßen, ein Minus von 72 Prozent.

Boom in Südafrika, Japan weiter im Aufwind

Das südliche Afrika boomt: Mit einem Plus von 28 Prozent und 5.151 Gästen waren Reisen ans Kap der Guten Hoffnung 2014 ein Renner bei Studiosus. Der Grund: ein sehr attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Auch Reisen nach Lateinamerika sind aktuell im Trend. Mittelamerika mit Mexiko, Costa Rica und Kuba konnte sich über ein Plus von 31 Prozent und 3.029 Studiosus-Gäste freuen, wobei Reisen nach Kuba besonders beliebt waren. Ein annähernd gleiches Bild ergibt sich in Südamerika mit Peru, Bolivien, Ecuador, Chile, Argentinien und Brasilien: 13 Prozent Teilnehmerplus und 2.497 Gäste.

Weniger stark nachgefragt waren Reisen nach Indien. Hier sanken die Buchungszahlen um 14 Prozent. Mit insgesamt 3.414 Gästen bleibt der indische Subkontinent von den Teilnehmerzahlen her aber das zweitwichtigste Zielgebiet auf der Fernstrecke.

Im Aufwärtstrend befinden sich dagegen Australien und Neuseeland. Studiosus schreibt hier ein Plus von 42 Prozent mit insgesamt 663 Gästen. Und auch Japan ist weiter im Aufwind: 75 Prozent mehr Kunden reisten 2014 mit Studiosus ins Land des Lächelns, das 603 Studiosus-Gäste begrüßen konnte.

Über die Unternehmensgruppe Studiosus

Studiosus ist der führende Studienreise-Anbieter in Europa. Die hohe Qualität der Programme, erstklassige Reiseleiter und ständige Innovationen sichern Studiosus die Marktführerschaft. Neben Studienreisen hat Studiosus auch attraktive studienreisenahe Angebote, wie zum Beispiel Eventreisen und Reisen für Singles, im Programm. Im Jahr 2014 reisten 99.600 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 erreichte im gleichen Zeitraum ein Allzeithoch von 251.513.000 Euro. Am Firmensitz in München sind derzeit 310 Mitarbeiter beschäftigt, davon 26 Auszubildende. Zudem arbeitet Studiosus mit 570 Reiseleitern weltweit zusammen. Gegründet wurde das Familienunternehmen am 12. April 1954. Internet: www.studiosus.com

Pressekontakt

Dr. Frano Ilic, Pressesprecher der Unternehmensgruppe
Telefon: +49 (0)89 50060 505, E-Mail: frano.ilic@studiosus.com

[🔍 Zurück zur Übersicht](#)

[Druckansicht](#) | [Download Bild \(JPG\)](#)

Intensiverleben