



Studiosus mit neuen Reiseideen auf Erfolgskurs

Der neue Katalog von Studiosus smart & small.
Quelle: Studiosus.

08.07.2015

Studiosus mit neuen Reiseideen auf Erfolgskurs

Starke Nachfrage, zufriedene Kunden: Die Produktlinie smart & small ist ein voller Erfolg. Eingeführt hatte Studiosus seine neue "Auszeit mit Kultur" vor einem Jahr, jetzt erweitert der Marktführer bei Studienreisen sein smart & small-Angebot deutlich. Die neuen Fernreisen-Kataloge 2016 machen zudem auf rund 600 Seiten Lust auf intensive Begegnungen mit Land und Leuten - im Iran, Südafrika, Japan und zahlreichen weiteren Destinationen. Einzig der schwache Euro dämpft die Erwartungen in einigen Zielgebieten.

Kleine Gruppe, charmante Hotels und ein entspanntes Programm mit spannenden Begegnungen und einem erstklassigen Studiosus-Reiseleiter - smart & small von Studiosus hat es in sich. Konzipiert hat der Veranstalter seine neue Produktlinie für all diejenigen, denen ein reiner Badeurlaub zu langweilig und eine Studienreise zu intensiv ist. Und von diesem Urlauber-Typus gibt es offensichtlich eine Menge. So musste Studiosus während der laufenden Saison mehr als 50 Zusatztermine auflegen, um die starke Nachfrage zu befriedigen. Kein Wunder also, dass der Veranstalter sein Angebot 2016 deutlich erweitert und jetzt einen 64 Seiten starken Katalog mit weltweit 26 smart & small-Reisen präsentiert. Gestartet war Studiosus 2015 mit 18 Angeboten auf 48 Seiten. Die neun neuen Reisen führen nach Italien (Cinque Terre und Sizilien), Kroatien, Spanien, Portugal, England, ins Baltikum, nach Südafrika und Vietnam.

Optimistisch stimmt Studiosus bei smart & small aber nicht nur die starke Nachfrage, sondern auch die hohe Kundenzufriedenheit. Beispielsweise geben bereits im ersten Jahr der Markteinführung 95,7 Prozent der Gäste nach der Reise an, dass die Erwartungen an den Reiseverlauf erfüllt, übertroffen beziehungsweise deutlich übertroffen wurden. 91 Prozent zeigen sich sehr zufrieden mit ihren Hotels und 96,3 Prozent mit ihrem Reiseleiter. In Summe können 94 Prozent den Veranstalter Studiosus nach dieser neuen Reise weiterempfehlen.

Iran-Boom hält an, Japan weiter im Trend

Doch nicht nur mit smart & small will Studiosus in der kommenden Saison weiter wachsen, auch die neuen Fernreisen-Kataloge "Asien und Australien 2016" und "Amerika und Afrika 2016" sollen für viel Urlaubsblau sorgen. Ausgebaut hat Studiosus sein Angebot in sehr beliebten Fernreise-Destinationen wie Iran und Japan. Hier liegt die Nachfrage 2015 konstant zweistellig über dem Vorjahreszeitraum. Aber auch in Marokko, dem südlichen Afrika und auf Kuba hat Studiosus seine Teilnehmerkapazitäten für 2016 deutlich erweitert, teilweise um bis zu 20 Prozent.

Im Iran bereichern beispielsweise gleich zwei zusätzliche Reisen das neue Programm. Die 15-tägige PreisWert-Studienreise "Iran - Glanzlichter" überzeugt dabei mit einem besonders attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis und ist mit Flug, Hotels und vielen weiteren Leistungen bereits ab 2595 Euro buchbar - erstklassige Studiosus-Reiseleitung und zahlreiche Begegnungen mit Land und Leuten inklusive. Für ältere Gäste wurde zudem die zweiwöchige Studienreise "Iran mit Muße" in den Katalog aufgenommen. Wenige Standortwechsel und eine entspannte Tageseinteilung tragen zu einem besonders erholsamen Reiseerlebnis bei. Einige Reiseternine werden zudem in Begleitung eines Arztes durchgeführt.

Noch mehr Auswahl bietet Studiosus künftig auch in Japan. Hinzugekommen ist die neuntägige PreisWert-Studienreise "Japan - Impressionen", die sich mit ihrem kompakten Programmzuschnitt speziell an Nippon-Einsteiger wendet. Ebenfalls neu ist das Angebot "Japan zur Kirschblüte". Über Iran und Japan hinaus führen neue Studienreisen nach Ägypten, Marokko, China, Kanada, Costa Rica, Chile, Namibia, La Réunion, Australien und Neuseeland.

Schwacher Euro dämpft die Erwartungen

Während in vielen Ländern 2016 die Zeichen also auf Wachstum stehen, hat Studiosus in anderen Zielgebieten seine Teilnehmerkapazitäten an zu erwartende Marktentwicklungen anpassen müssen. Den Hintergrund bilden ein schwacher Euro und damit verbundene Preissteigerungen, die der Tourismusbranche insgesamt zu schaffen machen. Besonders davon betroffen sind Reisen in die USA und nach Südamerika, die bei Studiosus um durchschnittlich 15 Prozent beziehungsweise 12,5 Prozent teurer werden. Auch für Reisen in den Oman muss der Veranstalter wegen der Bindung der lokalen Währungen an den US-Dollar die Preise um 10,5 Prozent anheben. Deutlich schwächer fallen die Steigerungen in Australien (5 Prozent) und Neuseeland (6 Prozent) aus. Der Grund ist ein vergleichsweise vorteilhafter Wechselkurs.

Weitestgehend stabil bleiben die Reisepreise dagegen in Ländern wie Marokko (2 Prozent) und Thailand (3 Prozent). Und in Ägypten fallen die Preise wegen der nach wie vor sehr schwachen Nachfrage nach Reisen in das Niltal sogar um 9,5 Prozent. Am Nil hat Studiosus in der kommenden Saison seine Teilnehmerkapazitäten jedoch wieder erweitert. Letzteres gilt auch für Marokko und Thailand.

Europa-Angebote erscheinen Anfang Oktober

Optimistisch gestimmt bleibt Studiosus nicht nur in vielen Ländern auf der Fernstrecke, auch in Europa sieht sich der Marktführer 2016 wieder gut gerüstet. Die Studienreisen-Kataloge "Südeuropa" und "Mittel- Nord- und Osteuropa" erscheinen zwar erst Anfang Oktober, aber eine erfreuliche Tendenz zeichnet sich schon jetzt ab: stabile Reisepreise, die nur leicht an gestiegene Kosten angepasst werden müssen.

Bildmaterial

Nebenstehendes Bild können Sie gerne bei der redaktionellen Berichterstattung unter Angabe des Fotocredits kostenfrei veröffentlichen. In druckfähiger Auflösung finden Sie es unten rechts zum Download.

Pressekontakt

Dr. Frano Ilic, Pressesprecher der Unternehmensgruppe
Telefon: +49 (0)89 500 60 - 505, E-Mail: frano.ilic@studiosus.com

Über Studiosus

Studiosus ist mit 250.599.000 Euro Umsatz und 99.217 Teilnehmern im Jahr 2014 der führende Studienreise-Anbieter in Europa. Reisen in mehr als 100 Länder weltweit sind aktuell im Angebot. Neben der intensiven Begegnung mit Land und Leuten zeichnen die Programme die hohe Qualität der Reiseleitung und eine flexible Reisegestaltung durch Alternativen zum geführten Gruppenprogramm ("Extratouren") aus. Zudem bietet der Marktführer auch attraktive studienreisenahe Angebote wie Reisen für Singles, Städtereisen und mit der neuen Produktlinie smart & small auch Urlaubsangebote in kleiner Gruppe an. Am Firmensitz in München sind 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

[← Zurück zur Übersicht](#)

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

Intensiverleben