



Studiosus mit Umsatz auf neuem Rekordniveau

Studiosus-Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2016 zurück. Quelle: Studiosus.

07.10.2016

Studiosus mit Umsatz auf neuem Rekordniveau

Starkes Ergebnis in schwierigem Umfeld: 2016 erwirtschaftete die Unternehmensgruppe Studiosus einen Umsatz von 262.530.000 Euro und erreicht damit ein neues Rekordniveau. Das gab der Marktführer bei Studienreisen im Rahmen seiner Online-Jahrespressekonferenz am 6. Oktober bekannt. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Umsatzerlöse um 2 Prozent (2015: 257.441.000 Euro). Insgesamt vertrauten 100.150 Gäste im Reisejahr 2016 ihren Urlaub Studiosus an (2015: 103.509 Teilnehmer).

Angesichts der vielen krisenhaften Ereignisse, die den Jahresverlauf prägten, und anhaltender Nachfrageausfälle in der arabischen Welt zeigt sich Studiosus mit diesem Ergebnis sehr zufrieden. Studiosus-Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch: "Mit unseren beiden starken Veranstaltermarken Studiosus und Marco Polo, der großen Angebotsbreite mit über 100 Ländern weltweit und unserer langjährigen Erfahrung im Sicherheitsmanagement sind wir bestens aufgestellt." Für das kommende Jahr erwartet Kubsch ein ähnlich sicherheitspolitisches Umfeld und daher keine signifikanten Nachfragesteigerungen.

Spanien und Portugal stark nachgefragt, Russland zweistellig im Plus

Als Wachstumstreiber entpuppten sich 2016 die klassischen Urlaubsländer am westlichen Mittelmeer. Spanien (plus 10 Prozent) und Portugal (plus 14 Prozent) präsentierten sich dabei als gute Alternativen zu Reisen in die östliche Mittelmeerregion. Auch bei "grünen" Reisezielen in Nordeuropa konnte der Veranstalter punkten, zum Beispiel in Island (plus 21 Prozent) und Skandinavien (plus 17 Prozent). Auch Reisen nach Irland (plus 2 Prozent) wurden stärker nachgefragt. In Italien - mit mehr als 15.000 Gästen das absolut gesehen wichtigste Zielgebiet von Studiosus - stand Sizilien besonders hoch im Kurs. Die Nachfrage nach Rom litt jedoch unter einem infolge von Anschlägen allgemein gesunkenen Interesse an Städtereisen und führte im Ergebnis zu einem Rückgang der Teilnehmerzahlen (minus 4 Prozent). Auch in Großbritannien (minus 8 Prozent) und Frankreich (minus 10 Prozent) machte sich der Städtereisen-Effekt bemerkbar und hinterließ Spuren bei der Nachfrage nach London und Paris. Ein gänzlich anderes Bild zeigt sich in Osteuropa: Hier feierte Russland ein starkes Comeback und legte kräftig zu (plus 95 Prozent). Auf dem hohen Vorjahresniveau präsentiert sich zudem das Baltikum, während Polen wachsendes Interesse auf sich zog (plus 6 Prozent).

Beliebter Iran, Nachfrageausfälle in der arabischen Welt

Einbußen musste Studiosus in der östlichen Mittelmeerregion hinnehmen: In Griechenland sanken die Teilnehmerzahlen infolge der Berichterstattung über die Flüchtlingskrise zweistellig (minus 34 Prozent) und in der Türkei führten Terroranschläge, innenpolitische Auseinandersetzungen und der gesunkene Sympathiewert der türkischen Regierung zu einem Minus von 97 Prozent. Die Nachfrage ist damit de facto zum Erliegen gekommen. Auch die arabische Welt und der Nahe Osten bekamen das schwierige politische Umfeld zu spüren. In Marokko, Ägypten, den Emiraten und dem Oman ging die Nachfrage zweistellig zurück, während Studiosus in Tunesien 2016 keine Reisen durchführen konnte. Leicht über Vorjahresniveau präsentierte sich hingegen Israel (plus 7 Prozent). Bei Kultururlaubern weiterhin hoch im Kurs steht der Iran. Aufgrund der zu Jahresbeginn stockenden Gesamtnachfrage musste die Islamische Republik zwar einen kleinen Rückgang (minus 3 Prozent) hinnehmen, bleibt aber bei Studiosus mit rund 2.600 Gästen eines der beliebtesten Reiseziele der Fernstrecke.

Südliches Afrika, Japan und Kuba hoch im Kurs

In der Ferne trugen Urlaubsreisen ins südliche Afrika (plus 18 Prozent), nach Kuba (plus 31 Prozent) und Japan (plus 40 Prozent) überproportional zum Geschäftserfolg des Marktführers aus München bei. Insbesondere im südlichen Afrika erwartet Studiosus aufgrund günstigerer Preise auch im kommenden Jahr einen weiteren Anstieg der Gästezahlen. Auf dem hohen Vorjahresniveau präsentiert sich bei Studiosus Indochina, Reisen nach Myanmar (minus 20 Prozent) waren im Jahr 2016 hingegen weniger stark nachgefragt. Ein zweigeteiltes Bild zeigt sich auch in Amerika: Während sich die USA (minus 16 Prozent) und Südamerika (minus 24 Prozent) aufgrund wechselkursbedingter Preissteigerungen rückläufig entwickelten, legte Kanada (plus 10 Prozent) zu. Und auch Australien und Neuseeland (plus 9 Prozent) zogen aufgrund eines attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnisses wachsendes Interesse der Studiosus-Gäste auf sich.

1.000 Routen in mehr als 100 Ländern weltweit

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 Reisen in kleinen Gruppen mit 15 Teilnehmern (smart & small) und Singlereisen (me & more) im Programm. Zur Unternehmensgruppe Studiosus gehört auch die im günstigeren Rundreisesegment positionierte Veranstaltermarke Marco Polo. Das Gesamtangebot umfasst über 1.000 Routen in mehr als 100 Ländern weltweit. Am Firmensitz in München sind derzeit 320 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

Bildmaterial

Obiges 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

Intensiverleben