

touristik aktuell

WOCHENZEITUNG FÜR TOURISTIKER

www.touristik-aktuell.de
www.facebook.com/touristikaktuell

TUI: „Unsere Strategie ist richtig“

Angesichts der Pleite von Thomas Cook sieht sich TUI in der eigenen Unternehmensstrategie bestätigt. Dass ein „Wettbewerber wie Thomas Cook den Wettbewerb nicht mehr geschafft“ habe, sei eine Bestätigung dafür, „dass wir als TUI das Richtige tun“, so Deutschland-Chef Marek Andryszak.

Es erweise sich als richtig, konsequent in eigene Produkte, etwa im Hotelbereich, bei Kreuzfahrten und in den Zielgebieten zu investieren, wie es die TUI Group seit Jahren erfolgreich praktiziere, sagt Andryszak. Auch im Online-Bereich sei man unter den Veranstalterpor-

talen in Deutschland klarer Marktführer, hinzu komme ein starker stationärer Eigenvertrieb.

Der Fall Thomas Cook ist aus seiner Sicht „etwas Einzigartiges“ für die Branche und stelle sogar die Air-Berlin-Pleite in den Schatten.

„Thomas Cook war über Jahre hinweg extrem krank. TUI ist in der gleichen Zeit extrem gesund geworden“ und habe zuletzt „Jahr für Jahr ein hervorragendes Ergebnis“ abgeliefert, betont Andryszak.

Für das nächste Jahr rechnet er durch die Cook-Insolvenz mit rund 500.000 zusätzlichen Gästen bei TUI Deutschland. (ta)



Aktuell findet die umfangreichste Umverteilungsaktion in der Geschichte des Tourismus statt.

Wolfgang Schmidt, Geschäftsführer des Reisebüro Schumacher und Vorstand beim Deutschen Reising



Foto: Deutscher Reising

SPECIALS

- Airports
- Asien/Pazifik + Australien/Neuseeland
- Messen

Hoteliers planen um

Thomas Cook: Fünf Wochen nach dem Insolvenzantrag sind die besten Häuser an andere Veranstalter verteilt

Von Matthias Gürtler

Der Druck ist groß. Nach der Cook-Pleite und zum Teil hohen Zahlungsausfällen müssen die Hoteliers in den Urlaubszielen verhindern, im neuen Touristikjahr auf leeren Betten zu sitzen. Zu Hunderten haben sie deshalb in den vergangenen Wochen neue Verträge für den Winter und vor allem für den kommenden Sommer abgeschlossen.

Auch bei den deutschen Veranstaltern standen sie Schlange. FTI nahm rund 400 Cook-Häuser ins eigene Programm auf, bei DER Touristik und Schauinsland kamen 150 Häuser hinzu, Alltours und TUI legten in ähnlichen Dimensionen zu.

Dabei geht es vor allem um die Filetstücke. „Wir konnten in kürzester Zeit 90 Prozent der Markenhôtels von Cook bei uns buchbar machen, einige sogar exklusiv“, sagt etwa Alltours-Inhaber Willi Verhuvén. Besonders begehrt: Marken wie Sentido, Iberostar, Sunrise und Cook's Club.

Auch Ingo Burmester, Chef von DER Touristik, spricht von „sehr guten Hotels“, die vom Cook-Portfolio zu Dertour, ITS und Jahn Reisen gewechselt sind. Zu ihnen gehört unter anderem das Casa Cook Rhodos. TUI hat sich ein halbes Dutzend Sentido-Häuser gesichert, mindestens eines davon exklusiv: das Turan Prince in Antalya.

Auch Aldiana hat schnell reagiert: Der Spezialist für Cluburlaub setzt unter anderem auf die Vertriebsstärke von Schauinsland und DER Touristik und konnte mit beiden Partnern bereits in den ersten zwei Wochen der Kooperation Umsätze im sechsstelligen Bereich einfahren.

Dass nicht das gesamte Hotelportfolio von Cook bei anderen Veranstaltern aufläuft, hat mit der Qualität mancher Hotels und mit bestehenden Verträgen zu tun. „Wir wollen schließlich auch die Vereinbarungen mit unseren eigenen Hotelpartnern erfüllen“, sagt Andreas Rüttgers, Touristikchef von Schauinsland, auf die Frage, warum man nicht auf alle Anfragen eingehe.

Foto: Iberostar



Früher nah dran an Cook: Iberostar – hier das Sabila auf Teneriffa – hat neue Partner gefunden

Einem eventuellen Neustart von Marken wie Öger Tours oder Neckermann kommt dies entgegen. Wirklich optimistisch kann man in Oberursel jedoch nicht sein. Denn in vielen Fällen steht nur noch die dritte Reihe der Hotels bereit. Die sind nicht immer schlecht, würden den Veranstalter aber ins absolute Preiswertsegment zwingen. Hinzu kommt: Auch von den nicht so begehrten Hotels haben einige noch hohe Außenstände bei Thomas Cook. Und die werden sie einfordern, sollte es eine Anfrage für den Neustart der Zusammenarbeit geben.

Top-Touristiker aufgepasst:
Jetzt zum Chef aufsteigen und 5.000,- EURO Förderung gewinnen!
www.tui-meinshop.de/durchstarten

JETZT DURCHSTARTEN!
Dein Gründungsantrag von TUI

TUI



UMFRAGE DER WOCHE

Wie war das Touristikjahr?

Das in dieser Woche zu Ende gehende Geschäftsjahr 2018/2019 wird in die Geschichte der Touristik eingehen: Erst ein äußerst schwacher Start inklusive Germania-Pleite, dann ein tragisches Ende mit der Cook-Insolvenz. touristik aktuell hat die Chefs von Reisebüro-Ketten und -Kooperationen um eine Bilanz gebeten. | Von Matthias Gürtler



Birgit Aust
Sonnenklar, Flugbörse
München

„Wir liegen leicht im Plus und werden das Jahr voraussichtlich erneut mit einem Plus abschließen. Gewinner waren Ägypten und die Türkei. Izmir als Gastgeberregion der TVG-Jahrestagung hat die Partner offenbar positiv beeindruckt – das Buchung-plus ist sehr gut. Interne Topthemen waren Qualität und Weiterbildung für Geschäftsführer, Inhaber und Expedienten am Counter.“



Anya Müller-Eckert
Schmetterling
Geschwand

„Wir werden das Geschäftsjahr mit einem einstelligen Plus abschließen. Dabei profitieren wir von der steigenden Nachfrage nach Kreuzfahrten. Ein weiterer Trend sind Individualreisen: Der Endkunde sucht immer häufiger nach einem individuellen Produkt. Wichtige Themen waren und sind die Nachhaltigkeitsdebatte und Gutscheine im Markt, etwa von Check 24.“



Wolfgang Schmidt
Deutscher Reisinger
Berlin

„Das Jahr war sehr herausfordernd, aber wir werden mit einem blauen Auge davonkommen. Zum Start liefen wir gegen die sehr guten Umsätze des Vorjahres an. Hinzu kamen die allgemeine Verunsicherung im Markt und das Ausscheiden von Germania. Der Crash von Thomas Cook ist für viele die Stunde Null, für uns hingegen eine zu bewältigende Aufgabe.“



Manuel Molina
TSS
Dresden

„Nach dem Plus der vergangenen Jahre wird 2019 wohl mit einem leichten Minus enden. Gut liefen die Türkei und Ägypten, negativ war die Entwicklung in Spanien. Größter Trend ist, dass sich die Reisebüros zunehmend in Richtung mittelständisch geprägte Veranstalter bewegen. Gründe sind der individuelle Service, gute Produkte, flexible Handhabungen und faire Provisionen.“



Thomas Bösl
RTK, Reiseland
Burghausen, Hamburg

„Das Jahr hat sich sehr unterschiedlich entwickelt. Einige Veranstalter und Produkte sind gut gelaufen, andere haben an Volumen verloren. Deutlich wurde: Der Trend zu hochwertigen Reisen hält an. Und die Resonanz auf Quality Plus wird zunehmend besser. Kreuzfahrten laufen nach wie vor gut. Aber die Stimmung ist nicht mehr so euphorisch wie in vergangenen Jahren.“



Oliver Grimsehl
TUI Travel Star
Hannover

„Nach dem starken Plus im Vorjahr erwarten wir 2019 ein Resultat über der Marktentwicklung. Der wichtigste Trend: Die Marke des Reisebüros wird immer wichtiger. Es reicht nicht, ein kompetenter Berater und guter Verkäufer zu sein. Vielmehr muss das dem Kunden immer wieder nahegebracht werden – auch über eine gute Website und Social-Media-Kanäle.“



Markus Orth
Lufthansa City Center
Frankfurt

„Wir werden die touristischen Umsätze des Vorjahres knapp halten können. Die Türkei und Ägypten haben deutlich zugelegt, Spanien bleibt die volumenstärkste Destination, aber im Vergleich zum Vorjahr waren dort weniger Gäste. Die Büros erhalten öfter Anfragen für nachhaltige Reisen. Im Trend liegt die Verbindung aus Urlaub und Geschäftsreisen.“



Dirk Bender
Tourcontact
Köln

„Wir liegen aktuell leicht im Plus. Das hat auch damit zu tun, dass die Spezialveranstalter bei uns groß auftrumpfen. Ein weiterer Trend: Nicht das Reiseziel ist entscheidend, sondern der Urlaub als Event. Was zurzeit leider völlig untergeht: Einige Reiseveranstalter tun sich immer noch schwer mit dem Bereitstellen der vorvertraglichen Informationen.“



Cornelius Meyer
Best-Reisen
Filderstadt

„Die Thomas-Cook-Insolvenz hat eine Wunde in das Geschäft der Best-Reisen-Büros geschlagen, aber keine existenzbedrohende. Unsere Kooperation wird das Touristikjahr im Sortimentsumsatz gut abschließen. Studienreisen waren ein Erfolgsmodell. Auch Kreuzfahrten haben sich sehr gut entwickelt, insbesondere die der großen deutschen Reedereien.“