

Presse-Information

L'TUR Tourismus AG – 10.01.2008

L'TUR: Auch 2007 wieder ein Rekordjahr

Lust auf Last Minute-Urlaub ungebrochen

Baden-Baden, 10.01.2008 – Europas Marktführer für Last Minute-Reisen bleibt in der Erfolgsspur: Auch im zwanzigsten Jahr des Bestehens meldet L'TUR ein Rekordjahr. 784 000 Urlauber haben 2007 spontan bei dem in Baden-Baden ansässigen Unternehmen ihren Urlaub gebucht – 1,7 Prozent mehr als im Vorjahr und damit so viele wie nie zuvor.

2008 traut sich L'TUR bis zu 100 000 Buchungen mehr zu. Damit würde die Gesamtzahl der Gäste seit Bestehen über die Acht-Millionen-Marke klettern.

Der Umsatz liegt 2007 mit 365 Millionen Euro nur knapp unter dem Vorjahr. Das hat zwei Gründe: Einerseits verlagerte sich die Nachfrage auf günstige Kurzreisen. Zum anderen beeinflusste der Preisrutsch bei den Badezielen in der Hochsaison die Bilanz.

Trotz des um 17 Euro auf 465 Euro gesunkenen durchschnittlichen Reisepreises erwirtschaftet L'TUR „eine Traumrendite“, so Karlheinz Kögel, Vorsitzender des Vorstands. Konkrete Angaben zum Ergebnis macht das Unternehmen nicht, an dem die TUI AG mit 46 Prozent, Thomas Cook mit zehn Prozent beteiligt sind. Die restlichen Anteile hält Gründer Karlheinz Kögel.

Starken Änderungen unterworfen ist dagegen der Markt selbst. Billigflieger gewinnen im Vergleich zu den Chartergesellschaften zunehmend Anteile im Last Minute-Geschäft. Die Nachfrage nach Tickets etwa von Air Berlin, TUIfly und Germanwings stieg innerhalb des vergangenen Jahres um 39 Prozent. Aber auch der Absatz von Lufthansa-Tickets wuchs um mehr als ein Drittel.

„Treiber des Erfolges ist das Zusammenspiel der Verkaufskanäle“, erläutert Kögel. Obwohl 85 Prozent der Kunden die Reisesuche schon im Internet beginnen, werden immer noch ein Großteil der Tickets (62 Prozent) in einem der 160 Shops verkauft. Sie bleiben trotz der bis zu 50 Millionen Klicks pro Monat auf Itur.de „ein unverzichtbares Standbein im Vertrieb.“



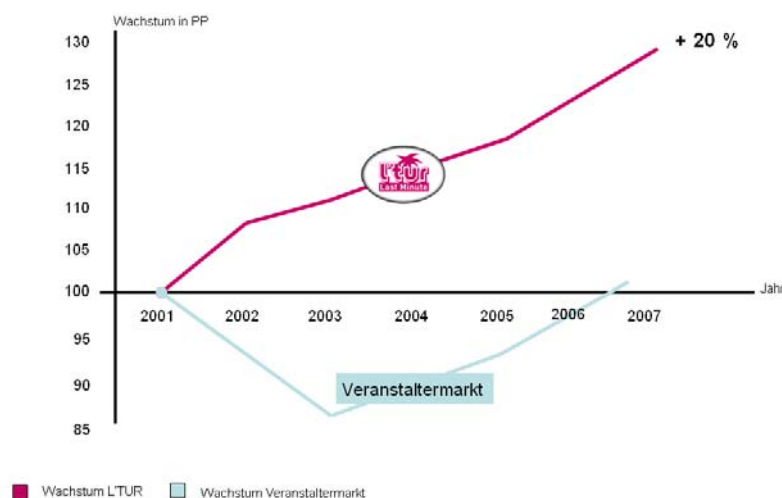
Lieblingsziel der Last Minute-Urlauber war 2007 Spanien: Etwa jeder vierte flog in erster Linie nach Mallorca oder auf die Kanarischen Inseln. Der Gewinner des Jahres mit dem größten Umsatzplus heißt jedoch Deutschland – im Fokus der Kunden stehen die Großstädte Berlin, Hamburg und München. Die Vereinigten Arabischen Emirate mit Dubai und Ras al-Khaimah etablierten sich als Fernziel Nummer eins. Boden gut gemacht haben die USA: Der günstige Dollarkurs, attraktive Badearrangements in Florida sowie New York-Flüge ab 300 Euro stimulieren die Lust auf Reisen über den „Großen Teich“ derart, dass die Vereinigten Staaten bei den Ferntrips – nach Thailand – jetzt auf Rang drei liegen.

TOP 5 Last Minute-Ziele 2007		Trend 2007 vs. 2006
1	Spanien	●
2	Deutschland	↑
3	Türkei	↓
4	Griechenland	↑
5	Italien	●

Basis: 784.000 Buchungen in 2007 ↑ Aufsteiger ↓ Absteiger ● Keine Veränderung

Wie sehr der Markt für Last Minute-Urlaub insgesamt boomt, zeigt ein Blick auf die gesamte Branche: Während die traditionellen Reiseveranstalter erst wieder im vergangenen Jahr das Niveau von 2001 erreicht haben, blickt L'TUR seit 20 Jahren auf ein konstantes Wachstum zurück. Seit 2001 ist das Unternehmen um 20 Prozent gewachsen.

L'TUR Umsatz-Wachstum im Vergleich zum Veranstaltermarkt



Quelle: [fww International](#). Dokumentation Deutsche Veranstalter 2007. Basis = 2001; Index = 100



Ein Ende des Trends zum Spontanurlaub ist dabei noch lange nicht abzusehen. Immer mehr Menschen könnten berufsbedingt „nur noch kurzfristig planen“, so Kögel. Langfristig rechnet der Last Minute-Spezialist mit einem Anteil von 40 Prozent kurzfristig gebuchten Reisen am Gesamtmarkt.

Europas Marktführer, bei dem Kunden pro Tag unter zwei Millionen Angeboten mit Abflug innerhalb der nächsten vier Wochen wählen, hat sich darauf eingestellt: L'TUR ist mit allen Airlines und Reiseveranstaltern im Gespräch, „neue Wege der Zusammenarbeit zu entwickeln.“

Dabei entstehen nicht nur völlig neuartige Vertriebsplattformen. Das Unternehmen baut auch das Portfolio massiv in alle Richtungen aus – so gibt es ab 2008 Last Minute-Angebote für die beliebtesten Kreuzfahrtschiffe.

Über die L'TUR Tourismus AG: Europas Marktführer für Last Minute-Reisen erzielte 2007 mit 784.000 Kunden einen Umsatz in Höhe von 365 Millionen Euro. Die TUI AG ist an L'TUR mit 46 Prozent und die Thomas Cook AG mit zehn Prozent beteiligt; Karlheinz Kögel, Gründer und Vorstandsvorsitzender, hält 44 Prozent. Die Last Minute-Reisen mit Abflügen in den nächsten vier Wochen sind bis wenige Stunden vor Start buchbar – und garantiert günstiger als im Katalog. Täglich gibt es mehr als eine Million Angebote von rund 5000 Hotels und 100 Fluggesellschaften - wie etwa Lufthansa, TUIfly, Condor, Air Berlin und Germanwings. Die Last Minute-Reisen sind exklusiv in 160 L'TUR-Shops, per Telefon (01805/21 21 21) und unter www.ltur.de buchbar.

