

# Presse-Information

L'TUR Tourismus AG – 18.01.2006

## Spontanurlaub gefragt wie nie zuvor

### **2005 wieder ein Last Minute-Jahr / Marktführer L'Tur legt zu und will auch 2006 wachsen**

Baden-Baden, 18.01.06 – Europas Marktführer für Last Minute-Reisen blieb 2005 auf Erfolgskurs: Auch im 18. Jahr der Unternehmensgeschichte übertraf die L'Tur Tourismus AG mit 750.000 gebuchten Reisen und einem Umsatz von 357 Millionen Euro das Vorjahresergebnis. „2005 war ein schwieriges Jahr, das wir glänzend gemeistert haben“, resümiert Vorstandssprecher Markus Faller. Der Wettbewerb sei „knallhart geworden.“

Das Wachstum – 2004 wurden bei einem Umsatz von 355 Millionen Euro 745.000 Reisen gebucht – resultierte vor allem aus der regen Nachfrage nach hochwertigen Reisen, aber auch Kurztrips und Wellness-Angebote fanden viel Zuspruch.

Die – auf dem Reisemarkt massiv beworbenen – Frühbucher-Angebote hatten dagegen keine Auswirkungen auf das Last Minute-Geschäft. Grund: Diese Offerten schätzen vor allem Kunden, die schon immer langfristig buchten. Andererseits, so Faller weiter, wüssten die meisten Verbraucher, dass das Sparpotenzial bei Last Minute-Reisen „mit bis zu 50 Prozent nach wie vor größer ist.“

Auch wenn viele Reiseveranstalter ihre Katalog-Kontingente 2005 verknappten: Engpässe gab es keine – im Schnitt hielt L'Tur im vergangenen Jahr täglich rund 1,6 Millionen Reisen mit Abflug in den nächsten vier Wochen vor.

Das Riesen-Sortiment bildete dabei erneut die Basis für den Erfolg: Die Baden-Badener Kurzfrist-Experten nehmen direkten Zugriff auf die Systeme von insgesamt 100 Charter-Airlines, Liniengesellschaften und Billigfliegern –



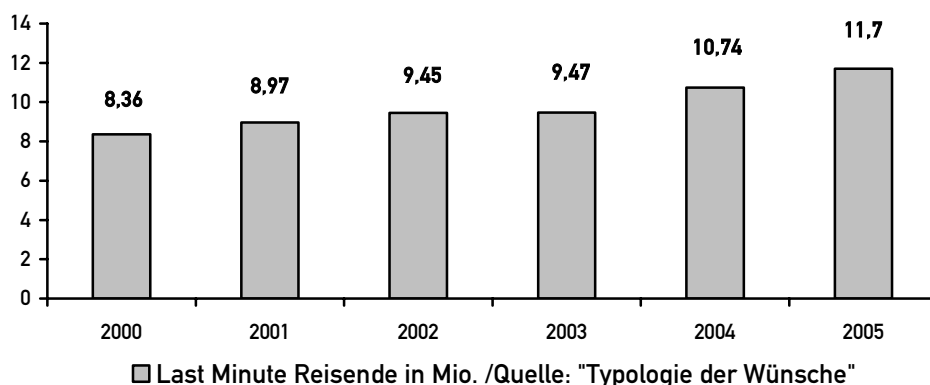
darunter Air Berlin, Hapagfly, Condor oder Lufthansa – und kombinieren deren Restplätze mit attraktiven Angeboten von mehr als 5000 Hotelpartnern zu aktuellen Last Minute-Konditionen.

Weltweit einmalig ist dabei die Schnelligkeit von Produktion und Vermarktung: Kaum hat ein Hotelier freie Betten geliefert, werden daraus günstige Ferienpakete geschnürt, die umgehend in den Verkauf gelangen. „Es vergeht weniger als eine Viertelstunde, bis die Angebote in den Shops, im Call Center und im Internet buchbar sind“, berichtet Faller.

Dass auch 2006 ein Last-Minute Jahr wird, steht für die Fachleute des Unternehmens – 46 Prozent der Anteile werden von TUI, 44 Prozent von Gründer Karlheinz Kögel und zehn Prozent von Thomas Cook gehalten – schon jetzt fest.

Verbraucher planen Reisen aufgrund beruflicher Zwänge „immer kurzfristiger“. Viele andere wiederum wollten sich grundsätzlich nicht mehr an starre Zeitrahmen binden. Das belegt auch die interne Statistik: Jeder fünfte Kunde bucht bei L´Tur in den letzten vier Tagen vor dem Abflug.

Wie gefragt Spontanurlaub ist, zeigten zuletzt auch neutrale Analysen: Laut GfK-Reisebüropanel haben im vergangenen Sommer 44 Prozent der Deutschen ihren Urlaub erst vier Wochen vor Abreise gebucht. Auch gaben 11,7 Millionen Bundesbürger im Rahmen einer Umfrage („Typologie der Wünsche“, Hubert Burda Media) an, schon einmal „last minute“ verreist zu sein – eine Million mehr als 2004.



L´Tur will 2006 aber auch durch Produktinnovationen wachsen. Das Reisepublikum suche „verstärkt nach Kicks, die Spaß bringen und einen spontan etwas Tolles erleben lassen“, so Faller. Deshalb werde das Angebot etwa bei den Städtereisen, den Wellness-Arrangements und beim Wintersport ausgebaut. Zudem würden verstärkt Tickets zu Konzerten und attraktiven Events angeboten.

Die Fußball-WM im eigenen Land spielt dem siebtgrößten Reiseveranstalter eher noch „Bälle“ zu. Das Spektakel führe dazu, dass mehr Kunden kurzfristig buchen. L´Tur sei zuversichtlich, auch im 19. Jahr der Firmengeschichte wieder zu wachsen: „Mehr Wettbewerb setzt bei uns mehr Adrenalin frei – wir sind bis in die Haarspitzen motiviert.“

4034 Zeichen 666 Wörter 3 Seiten

Über die L´Tur Tourismus AG: Europas Marktführer für Last Minute-Reisen erzielte 2005 mit 750.000 Kunden einen Umsatz in Höhe von 357 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 5.000 Hotels und 100 Fluggesellschaften - wie etwa Lufthansa, Hapagfly, Condor, Air Berlin, HLX und Germanwings. Die Last Minute-Reisen sind exklusiv in 151 L´Tur-Shops, per Telefon (01805/21 21 21) und unter [www.ltur.de](http://www.ltur.de) buchbar. Die von der Stiftung Warentest als Testsieger ausgezeichnete Internetseite ist mit bis zu 40 Millionen Zugriffen pro Monat das beliebteste Last Minute-Reiseportal.

