

Reiseanbieter schließen die Lücken

Internationale Tourismusbörse: Schwieriger Spagat zwischen Rucksack-Urlaub und Luxushotel

BERLIN Reiseveranstalter und Fluggesellschaften rüsten sich für einen wachsenden Urlauberansturm in der Sommersaison. Am ersten Tag der weltgrößten Tourismusbörse ITB war die Stimmung bestenfalls optimistisch.

Von Eva Tasche

Abenteuerreisen und Billig-hotels, Luxusurlaub und Anti-Stress-Ferien – die neuesten Trends in der Reisebranche könnten unterschiedlicher nicht sein. Reiseveranstalter, Hotels, Airlines und Fremdenverkehrsämter buhlen auf der ITB um die wachsende Klientel der Einzelreisenden und derjenigen, die das Besondere suchen. Das Rundum-Sorglos-Paket der organisierten Pauschalreise nimmt in der Urlaubsindustrie zwar immer noch einen wichtigen Platz ein, neue Kunden sind damit aber kaum noch zu gewinnen. Vor allem den Badeurlaub am Mittelmeer stellen sich viele Urlauber inzwischen selbst zusammen – Billigflieger und Internet machen's möglich. Insgesamt sieht sich die Tourismusindustrie trotz Abschwächung der Weltkonjunktur im Aufwind. Und auch in Deutschland gehen die Anbieter von einer ungebrochenen Reiselust aus.

Aber die Formen wandeln sich. Die Kunden wollten vor allem eines – individuell sein, weiß zum Beispiel das Internet-Reisebüro Expedia. Einzelanbieter und kleine Internetportale stellen für die großen Veranstalter eine ernstzunehmende Konkurrenz dar. Die großen Konzerne haben zwar begonnen, ihre Geschäftsmodelle



In der traditionellen Kleidung des Nomadenvolkes werben zwei Tuareg für Abenteuer-Urlaub in der Sahara.

Foto: dpa

delle umzustellen und mehr auf Bausteine und Internet zu setzen. Zugleich haben aber auch die Internetportale ihre Serviceangebote ausgebaut. Entschieden ist das Rennen um den Kunden noch nicht. Und deshalb stoßen die An-

bieter zum Teil auch in Domänen vor, die bisher auf dem Feld organisierten Reisens kaum zu finden waren. Mit Rucksack, öffentlichen Verkehrsmitteln und wenig Geld die Welt entdecken etwa – das geht jetzt auch unter der schüt-

zenden Hand eines Veranstalters. Die Gäste kommen aus allen Kontinenten, die Gruppe spricht englisch und soll nicht größer sein als zwölf Personen. Das Angebot schließt „die Lücke zwischen individuell reisenden Backpackern und organisierten Rundreisen“, sagt Ury Steinweg, der Geschäftsführer von Gebeco, der die Abenteuerreisen anbietet.

Die Menschen würden reiseerfahrener und wagten sich vermehrt auch in exotische Ziele, haben die Marktforscher von Branchenprimus TUI festgestellt. Das Fernweh nehme zu und wirklich weiße Flecken gebe es auf der touristischen Landkarte kaum noch. Und wer sich alleine traut, mit kleinem Budget auf große Fahrt zu gehen, kann auf der ITB in einer eigenen Halle das Ange-

bot von Billighotels in Augenschein nehmen, die zuletzt einen massiven Boom erlebt haben – einer der großen globalen Reisetrends, sagen Brancheninsider.

Andererseits aber liegen auch mehr Exklusivität und Luxus im Trend. Gerade die Zielgruppe der Älteren wachse schnell, wissen die Marktforscher. Und als „Erbengeneration“ müsse sie oft nicht mit jedem Euro rechnen. Man kann und will sich etwas Besonderes leisten. Auch Gesundheitsurlaub liegt im Trend. 45 Prozent der Deutschen planen nach einer Untersuchung des BAT-Freizeitforschungsinstituts 2008 eine gesunde Reise – ein wachsender Markt. Die jüngste Innovation: Burn-out Präventionsreisen für gestresste Manager.

Dominikanische Republik

Offizielles Partnerland der Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB) ist in diesem Jahr die Dominikanische Republik. Der Vize-Tourismusminister des Landes, Luis Simó, nannte seine Heimat das „beliebteste karibische Reiseland der Deutschen“. Auf der ITB präsentiert sich die Dominikanische Republik mit Vorträgen, Shows sowie

Kostproben der kulinarischen Vielfalt. Laut ITB-Projektleiter David Ruetz arbeitet das Land derzeit an einem neuen Image. Statt als billiges Reiseziel wolle es sich „in Richtung Luxusziel entwickeln“. Zudem sei kaum bekannt, dass es dort auch gute Möglichkeiten für Bergsteigen oder Whale-Watching gebe.

- Anzeige -

Bei uns finden Sie Ihre Nadel.

www.rheinmainclick.de

rheinmainclick.de
hier find ich's besser

Gastronomie-Ketten legen zu

McDonald's bleibt an der Spitze / Subway unter den Top Ten

Von Adelheid Omiotek

FRANKFURT Die großen Gastronomie-Ketten verzeichnen auch im abgelaufenen Jahr einen Boom. Gleichzeitig sind die Erwartungen für dieses Jahr ausgesprochen optimistisch. Wie die Wirtschafts-fachzeitschrift food service des Deutschen Fachverlags herausgefunden hat, geht die große Mehrheit der Top-100-Unternehmen von noch besseren Erlösen und steigenden Erträgen aus. Die 100 erlösten ohne

Mehrwertsteuer insgesamt 9,9 Milliarden Euro (plus 5,7 Prozent). Dabei gelte endlich wieder das Motto: Besser vor billig, freut sich das Blatt.

An der Spitze der Top 100 rangiert erneut McDonald's mit einem Zuwachs um 126 Millionen Euro auf insgesamt netto 2,70 Milliarden Euro, die in 1301 (2006: 1276) Betrieben realisiert wurden. Bereits auf Rang drei steht ein weiterer Klopsebräter mit einem Umsatz von 710 (645) Millionen Euro. Die Zahl der Betriebe erhöhte sich auf 607 (525).

Rang 2 belegen erneut die LSG Sky Chef GmbH mit 720 (700) Millionen Euro und konstant 43 Betrieben. Unverändert

Platz 4 bis sieben steuerten Autobahn, Tank & Rast, Nordsee. Metro und Karstadt an. Auf Platz 8 verbesserte sich Ikea mit 172 (153) Millionen Euro Umsatz und nunmehr 43 (40) Betrieben. Von Platz 15 auf 10 rückte der Baguette-Spezialist Subway mit einem starken Wachstum sowohl beim Umsatz auf 142 (106) Millionen Euro als auch bei den Betrieben 542 (409) vor.

Schneider auch in Hongkong

cris. BAD KREUZNACH Die Schneider-Gruppe gründet eine zweite Niederlassung in Asien. Der Hersteller von Hochleistungsobjektiven mit Sitz in Bad Kreuznach will mit ihrer Tochter, der Schneider Asia Pacific Ltd., vom Standort Hongkong aus das Geschäft im asiatischen Raum vorantreiben. „Damit dokumentieren wir unseren Anspruch als weltweit tätiges Unternehmen“, sagte Josef Staub, Geschäftsführer der Schneider-Gruppe. Insbesondere China verspreche großes Wachstum. Man wolle über die neue Niederlassung auch neue Möglichkeiten zum Aufbau von Partnerschaften sowie neue Geschäftsfelder erschließen. „Wir suchen die regionale und lokale Nähe zu unseren Kunden und wollen deren spezielle Anforderungen mit hochwertiger deutscher Qualität erfüllen“, sagte Dirk Muschert, Geschäftsführer der Schneider Asia Pacific Ltd. Mittelfristig sei geplant, eine Firma in Zentralchina zu gründen.

Zur Schneider-Gruppe gehören die 1913 in Bad Kreuznach gegründeten Josef Schneider Optische Werke sowie die Tochtergesellschaften Pentacon (Dresden), Praktika (London), Schneider-Optics (New York, Los Angeles) und Schneider-Bando (Seoul). Weltweit sind etwa 550 Mitarbeiter beschäftigt, davon 345 am deutschen Stammsitz.

Ohne Mut und Leidenschaft geht nichts

Hermann Scherer gibt Tipps für die Pole-Position / Seminarreihe der Rhein Main Presse kommt gut an

Von Christiane Stein

MAINZ Im Lebensmittelhandel tauchen pro Jahr rund 24000 neue Produkte auf. „Allein 2007 gab es 184 neue Lebkuchensorten“, sagte Her-

mann Scherer und macht damit deutlich, dass die Qual der Wahl für Unternehmen längst zum Problem geworden. „Wir brauchen mehr Aufmerksamkeit in den Märkten“, sagte der renommierte Referent, der mit dem Vortrag „Spielregeln für

die Pole-Position“ die zehnteilige Seminarreihe der Rhein Main Presse, zu der auch diese Zeitung gehört, eröffnete. Bis Dezember geht es einmal pro Monat darum, „von den Besten zu profitieren“.

Scherer appellierte an sein Publikum, mit Mut und Leidenschaft neue Wege zu gehen. „Wir haben in der heutigen Zeit einen doppelten Wettkampf – einen um die Qualität und einen um die Kommunikation der Qualität“. Es gehe darum, auch mal quer zu denken und Leidenschaft zu zeigen. „Warum macht der Bäcker nicht mal Werbung für den Schwarzwälder Schinken seines Metzgerkollegens, mit dem sein Sonnenblumen-Brötchen besonders gut schmeckt“, fragte der Referent. Und umgekehrt. Ziel müsse es sein, aufzufallen und Firmen und Produkte in dem „episodischen Gedächtnis“ der Kunden und potenziellen Kunden festzusetzen. Als Bei-

spiel für erfolgreiches Marketing nannte Scherer ein Autohaus, das nicht mehr dem Besitzer eines Wagens zum Geburtstag gratuliert und damit in der Post-Flut untergeht, sondern am Tag der Zulassung dem Auto selbst einen Brief schickt – samt Glückwunschkarte und Gutschein für einen Liter Öl. Ähnlich wie bei der Bäcker-Metzger-Werbekampagne solle man so oft wie möglich Netzwerke nutzen, riet Scherer. Mit Hilfe des Internet sei es heute möglich, eine Vielzahl von Informationen über seine Kunden zu sammeln. „Google Alerts ist der günstigste Spion weltweit“, sagte der Business-Experte. Jedesmal, wenn der dort eingetragene Begriff oder Name im Netz auftauche, werde man informiert und könne reagieren. Außerdem gab Scherer seinen Zuhörern den Tipp mit auf den Weg, immer einen „30-Sekunden-Werbepost“ parat zu haben, sowohl als Geschäftsmann wie als Privatmensch. „Das kann ich Ihnen so schnell gar nicht so genau sagen“ sei eine denkbar schlechte Antwort auf die Frage, was man denn mache. „Wir steigern Ihren Umsatz in der Regel um 20 Prozent – wenn Sie möchten, schriftlich garantiert“, höre sich anders an.

■ Buchbar ist noch der Vortrag „Leben gegen den Strom“ von Rüdiger Nehberg am 12. August: www.unternehmen-erfolg.de oder Tel. 0700/83267833.



Als erster Referent in der Seminarreihe riet Hermann Scherer dazu, auch mal ungewöhnliche Wege zu gehen. Foto: hzb/Schäfer

Kartellamt geht gegen Gasversorger vor

Verfahren wegen des Verdachts überhöhter Preise

BONN/WIESBADEN (dpa/HEI) Das Bundeskartellamt will Verbraucher vor überhöhten Gaspreisen schützen und hat deshalb gegen rund 35 Versorger Missbrauchsverfahren eingeleitet. Wie die Behörde mitteilte, sind wegen des Verdachts überhöhter Tarife Unternehmen in ganz Deutschland betroffen. Darunter seien eigenständige Stadtwerke, städtische und ländliche Versorger, sowie Versorger, die Beteiligungsunternehmen der vier Energieriesen Eon, RWE, EnBW, Vattenfall sind.

Die Wiesbadener ESWE erklärte, bei ihr sei kein Brief aus Bonn eingegangen. Dies wäre auch verwunderlich, denn das Unternehmen habe die Gaspreise konstant gehalten. Auch der Frankfurter Versorger Mainova hat kein Kartellamtsverfahren am Hals. Seit Oktober 2005 habe man die Preise stabil gehalten, versicherte Mainova-

Sprecher Becker. Im Vergleich der Anbieter liege man preislich im unteren Viertel.

Von den Missbrauchsverfahren sind ebenfalls keine Versorger mit Sitz in Rheinland-Pfalz betroffen, teilte das Wirtschaftsministerium in Mainz mit. Die Landeskartellbehörde habe jedoch fünf Unternehmen um eine Stellungnahme gebeten, da es einen Verdacht auf „Preissmissbrauch“ gebe.

Sollte sich der Verdacht der Bonner Wettbewerbsbehörden bestätigen, könnten sie im Interesse der Kunden die Preise senken. Wirtschaftsminister Glos begrüßte das Vorgehen des Bundeskartellamts, dem auch Landeskartellbehörden folgen müssten. Eine bundesweite Untersuchung der Gaspreise habe gezeigt, dass erhebliche Abweichungen von 25 bis 45 Prozent und mehr zwischen den Unternehmen bestünden, berichtete das Kartellamt.

Autoabsatz steigt kräftig

Mehrwertsteuer-Schock scheint überwunden

FLENSBURG (dpa) Der deutsche Automarkt hat im Februar kräftig zugelegt. Mit 228600 neu zugelassenen Personenkraftwagen wurden fast 25 Prozent mehr Autos auf die Straße gebracht als im Februar vor einem Jahr, berichtete das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) gestern. Für die ersten beiden Monate ergibt sich im Vorjahresvergleich ein Plus von 17,3 Prozent auf 449400 Pkw. Das sei auch im mehrjährigen Vergleich eine positive Februarbilanz.

Im vergangenen Jahr hatte die Branche stark unter der Mehrwertsteuererhöhung gelitten, daher ist die Vergleichsbasis aus dem Jahr 2007 allerdings besonders niedrig. Die deutschen Autobauer erzielten im bisherigen Verlauf des Autajahres überwiegend hohe Zuwachsraten, so Marktführer VW mit plus 26,7 Prozent, Mercedes mit 21,2 Prozent, Audi mit 19,9 Prozent und BMW/Mini mit 16 Prozent. Eher schwach fiel der Zuwachs bei Opel mit 3,7 Prozent aus.

Grafik des Tages



Heizöl

Premium-Heizöl

Menge	Preis	Preis Vorwoche
80l- 1500l	89,61-88,09 €	89,49-89,19 €
150l- 2500l	83,66-82,70 €	83,54-83,18 €
250l- 3500l	79,19-79,00 €	79,71-78,84 €
350l- 4500l	77,65-77,39 €	77,47-77,72 €
450l- 5500l	77,35-77,20 €	77,29-76,93 €
550l- 6500l	76,87-76,50 €	76,80-76,40 €
650l- 7500l	76,52-76,30 €	76,86-76,25 €
750l- 8500l	76,23-76,02 €	76,65-75,93 €
850l- 9500l	76,04-75,89 €	75,92-75,68 €
950l-12500l	75,68-75,35 €	75,57-75,57 €
1250l-15000l	75,27-75,27 €	75,15-75,15 €
Stand:		5.3.2008

Obenstehende Verkaufspreise des Handels wurden am Vortrag und am Notierungstag am Markt festgestellt. Höhere oder niedrigere Preise können im Einzelfall vorkommen. Die Preise gelten je 100l frei Verwendertank Wiesbaden/Mainz, im Bereich von 20 Straßenkilometern ab Stadtmittelpunkt (darüber hinaus entsprechender Frachtaufschlag) an eine Abladestelle, einschl. 19 Prozent Mehrwertsteuer.