

Presseinformation | Wien, 5. September 2018

Ruefa Trend Talk 2018/2019 – Erfolgreicher Sommer, vielversprechender Winter – Urlaube werden immer individueller

- **Ruefa zieht erste Bilanz über die touristische Sommersaison 2018 – Reiselust ans Mittelmeer ungebrochen**
- **Hinter den Kulissen: Probleme mit Airlines sowie Auswirkungen des neuen Pauschalreisegesetzes prägen die Sommermonate**
- **Wintersaison 2018/2019 mit zahlreichen Destinations-Highlights und neuen Schwerpunkten**
- **Reisen werden immer individueller – und die Österreicher flexibler und aktiver**
- **Kataloge und „Magaloge“ auch im digitalen Zeitalter ein unverzichtbarer Bestandteil des Urlaubserlebnisses**

Nach dem Urlaub ist vor dem nächsten Urlaub – und die Sommersaison 2018 (1.5.-31.10.) lässt die Touristiker von Ruefa durchaus strahlen. „Was wir bis jetzt sagen können – es ist wirklich gut gelaufen und wir rechnen für die gesamte Sommersaison 2018 mit einem Umsatzplus von rund zehn Prozent und einem Passagierplus von fünf Prozent. Im Hintergrund hatten wir allerdings einige Herausforderungen zu stemmen, um den Österreichern die Ferien wirklich angenehm zu gestalten“, fassen **Helga Freund, Vorstandsmitglied der Verkehrsbüro Group und Ruefa Geschäftsführerin** sowie **Walter Krahl, Ruefa Geschäftsführer**, beim Ruefa Trend Talk am Mittwoch zusammen.

Und es sieht ganz so aus, also ob die Lust auf Sonne und Wärme auch das Wintergeschäft 2018/19 (1.11.-30.4.) anhaltend stimuliert – bei den kumulierten Buchungen zeigt sich ein Plus von acht Prozent (Stand: Ende August) gegenüber der gleichen Zeit im Vorjahr.

Der Sommer 2018 – heiße Temperaturen und heiße Themen für den Tourismus

„Griechenland top, Spanien, Italien und Kroatien, die sich zunehmend anstrengen müssen, und das Comeback der Türkei und Ägyptens“, fasst Helga Freund die drei großen Destinationstrends dieses Sommers zusammen.

Während Griechenland gegenüber 2017 um weitere 19 Prozent auf nunmehr 18 Prozent am Gesamtumsatz von Ruefa zulegen konnte und damit für Urlauber aus ganz Österreich die Stellung als Sommerdestination Nummer 1 klar behaupten konnte, mussten sich Spanien mit einem Umsatzrückgang um neun Prozent auf nunmehr 16 Prozent bzw. Italien mit stagnierendem Umsatz und 8,5 Prozent am Gesamtumsatz von Ruefa erneut mit den Stockerlplätzen begnügen. „Wir haben in Griechenland neben den Klassikern wie Kreta, Rhodos oder Kos zahlreiche kleinere, ursprüngliche Inseln im Angebot – und das wurde heuer stark nachgefragt“, so Freund. Auch die Sommerakademie Zakynthos, die 2018 zum 26. Mal durchgeführt wurde, erfreute sich so großer Beliebtheit wie kaum zuvor.

„Spanien und auch die klassische Selbstfahrerdestination Kroatien haben indes heuer leichte Umsatzeinbußen verzeichnet – nach zwei absoluten Topjahren suchen die Urlauber neue

Alternativen oder kehren zu altbewährten Destinationen zurück,“ sieht Freund eine entsprechende Korrektur.

Comeback Türkei und Ägypten

Davon profitieren zwei Destinationen, die extrem schwierige touristische Jahre hinter sich haben: aktuell verzeichnet Ruefa bei Türkei-Buchungen für die Sommersaison 2018 ein Umsatzzuwachs von über 200 Prozent im Vergleich zum Vorjahr – wobei dies hauptsächlich dem Preisargument geschuldet ist. Das Niveau vor der Krise im Rekordjahr 2014 ist aber noch lange nicht erreicht.

„Eine Ersparnis von €150 bei einer Woche All Inclusive Urlaub in der Türkei gegenüber einer Woche Halbpension in Spanien oder Griechenland ist, trotz der unveränderten politischen Situation, ein starkes Argument für die Rückkehr an die türkische Riviera“, erläutert Freund, die auch auf den „immer schneller vergessenden und desensibilisierten Touristen“ hinweist. Der starke Euro macht vor allem die Ausgaben vor Ort im Moment noch zusätzlich günstiger. Das Preis-Leistungsverhältnis für All Inclusive Angebote lockt vor allem Familien wieder an die türkischen Strände, wobei vor allem höherwertige Hotels der 4* und 5*-Kategorie zu vergleichsweise günstigen Preisen gebucht werden.

Ähnliches gilt auch für Ägypten – die Ferienresorts der 4* und 5*-Kategorien am Roten Meer erfreuen sich weiter zunehmender Beliebtheit – dank des attraktiven Preis-Leistungs-Niveaus beläuft sich das Umsatzplus auf 54 Prozent.

Für beide Länder gilt: Der Leisure Tourismus fokussiert sich auf die Ferienhotellerie am Meer. Rundreisen und Städtetrips erweisen sich nachhaltig als schwierig und wenig nachgefragt.

Troubles mit Airlines, Herausforderungen durch das neue Pauschalreisegesetz

Alles besser im Jahr 1 nach der großen Air Berlin-Pleite? Mitnichten! Wie auch die AK Ende August schon feststellte, ärgerten sich die Sommerurlauber 2018 besonders über die zahlreichen Flugverspätungen und Annullierungen aufgrund von Streiks, technischen Zwischenfällen bzw. zu knapp bemessener Taktung der Flugpläne.

„Wir können die Angaben der AK, wonach fast jeder zweite Urlauber heuer Probleme mit dem Flug gehabt hat, für uns so nicht verifizieren. Fakt ist aber, dass der Sommer 2018 eine noch nie dagewesene Anhäufung an gestrichenen, verspäteten oder überbuchten Flügen gebracht hat – und davon waren auch unsere Gäste betroffen, da es sich unter anderen um Flüge mit Austrian Airlines oder Eurowings handelte“, betont Krahl.

Das Thema Ryanair bzw. Laudamotion falle bei Ruefa indes nicht so ins Gewicht: „Wir buchen diese Airlines nur auf ausdrücklichen Kundenwunsch.“

Wie sich die Kombination der Flugausfälle sowie die Änderungen durch das neue Pauschalreisegesetz für Buchungen seit 1. Juli 2018 nun konkret auswirken werde, kann derzeit noch nicht quantifiziert werden. „Was wir sagen können – der Buchungsvorgang ist sowohl für die Kunden wie auch für die Kollegen am Counter sehr viel länger und komplexer geworden. Wir haben unsere 500 Reiseexperten im 1. Halbjahr intensiv geschult – und konnten damit sicherlich ein optimales Service trotz Mehraufwand bieten“, führt Krahl weiters aus. Das hat Ruefa auch erneut die Auszeichnung „Testsieger Reisebüro“ der Österreichischen Gesellschaft für Verbraucherstudien gebracht.

Vom Trend zum gefestigten Verhalten – Frühbuchen, Dauer und Programme

„Was wir 2016 noch als Trend gesehen haben, hat sich zu einem Verhalten gefestigt – die Österreicher buchen ihre Urlaube immer länger im Voraus, das „Last-Minute-Geschäft“ funktioniert heute ganz anders als noch vor wenigen Jahren – und das Preisargument zieht hier nicht mehr“, so Freund. Vielmehr verzeichnet man bei Ruefa immer mehr Buchungsanfragen unmittelbar nach Ende der Urlaube – ganz nach dem Motto: „Es war ja so schön – daher nächstes Jahr, gleiche Zeit, gleicher Ort, gleiches Zimmer!“

Für die Veranstalter bedeutet dies, dass die Produkte für die Sommersaison 2019 immer früher buchbar gemacht werden müssen und sich die Planungshorizonte verlängern.

„Spannend ist jedoch auch, dass die österreichischen Urlauber immer flexibler und mobiler werden – die klassische 7/14/21-Tage-Aufteilung von Samstag bis Samstag und Verweilen an nur einem Ort kommt zusehends aus der Mode“, so Krahl. „Dass man nicht nur Ausflüge bucht, sondern durchaus zwei oder drei Hotels verschiedener Kategorien ausprobiert, ist nicht mehr ungewöhnlich – die Urlauber bewegen sich viel mehr als früher, sie wollen viel mehr sehen“, betont Freund.

Dazu zählt auch, dass immer mehr Alternativen zu den „klassischen All Inclusive Konzepten“ nachgefragt werden: Kleine Boutique-Hotels oder Konzepte wie die „Sommerakademie Griechenland“, bei denen auch der lokale Dorf- und Community-Gedanke eine Rolle spielt, werden zusehends populärer. „Im Bereich dieser Kreativreisen können wir uns durchaus ein 2. Standbein vorstellen, die Nachfrage nach entsprechenden Angeboten ist hoch“, berichtet Freund.

Vorfreude auf die Wintersaison – neue Destinationen in der Ferne

Die Vorausbuchungen für die Wintersaison lassen einmal mehr erkennen – Spanien inklusive Kanaren (plus fünf Prozent beim vorausgebuchten Umsatz) sowie Ägypten (plus 70 Prozent) haben sich bei den Österreichern erfolgreich als Ganzjahresdestinationen etabliert. In der Ferne erfreuen sich vor allem die Malediven (plus zehn Prozent), Thailand (plus elf Prozent) und Mauritius (plus vier Prozent) ungebrochener Beliebtheit bei all jenen, die mit Schnee und Kälte nicht so viel anfangen können. „Auf den Malediven gönnen sich viele unserer Kunden heuer richtige „once in a lifetime“-Aufenthalte – in wirklich feinen und auch hochpreisigen Resorts. In Thailand und auf Mauritius – das sind klassische Wiederholungsdestinationen für Winterflüchtige – haben wir uns für die kommende Saison bemüht, einen umfangreichen Mix aus Luxusangeboten ebenso wie aus einfacheren, ursprünglicheren Unterkünften zusammenzustellen. Dazu kommen auch ein paar Geheimtipps – wie etwa Mayotte oder Rodriguez – Perlen im Indischen Ozean, die in ihrer touristischen Entwicklung noch ganz am Anfang stehen und sehr spannend sind“, berichtet Freund.

Weiters gut gefragt sind in Asien diverse Angebote auf Bali. Ost- und Südafrika punktet in der heurigen Wintersaison vor allem dank guter und teilweise sogar direkter Flugverbindungen – wie etwa nach Addis Abeba oder Kapstadt. Afrika-Urlauber werden ebenso zusehends kombinationsfreudig – Kultur, Safaris und Baden in einem Urlaub zu verbinden wird immer attraktiver.

Bei den Karibikangeboten liegt der Fokus auf den „Beach“-Klassikern wie Dominikanische Republik, Kuba und Mexiko – dank neuer Kombinationsangebote und Touren (etwa E-Bikes in Kuba) können die Urlauber auch diese Destinationen aus ganz neuen Blickwinkeln entdecken.

Als besonders spannende Destination – sowohl im Leisure- wie auch im Studienreisebereich – entwickelt sich Japan. „Japan ist von aus Wien super erreichbar und auch für sehr erfahrene Asienurlauber immer spannend. Neu ist, dass sich das Reiseverhalten im Land zusehends ändert – konnte man Japan früher beinahe nur mit einer vollorganisierten Gruppenreise erkunden, haben wir nun wirklich individuell kombinierbare Bausteine entwickelt“, so Freund. Hier ist vor allem gegen Ende der Wintersaison bzw. mit dem Start der Aktivitäten rund um die traditionelle Kirschblüte mit entsprechender Nachfrage zu rechnen.

Auf zu neuen Ufern – Kreuzfahrten boomen, neue Angebote überraschen

Kein Trend mehr, sondern ein Fixpunkt: Cruises auf allen Weltmeeren sind zu einer fixen Größe in der Urlaubsplanung der Österreicher geworden. „West- und Ost-Mittelmeerkreuzfahrten sind für die österreichischen Urlauber nicht mehr wegzudenken – das funktioniert für Paare wie für Familien wirklich sehr gut und wir sehen, dass auch immer höherwertige Produkte und Kategorien gut nachgefragt werden“, freut sich Krahl. Das belegen auch die Umsatzzahlen für 2018 – mit einem Plus von 20 Prozent kann gegenüber dem schon sehr erfolgreichen Kreuzfahrtjahr 2017 weiter zugelegt werden. Und auch für 2019 liegen die Vorausbuchungen derzeit mit 15 Prozent im Plus. Spannend ist bei erfahrenen Kreuzfahrern, dass sich die Nachfrage verschiebt – nämlich durchaus hin zu eher kleineren Schiffen und ausgefalleneren Destinationen.

„Kleinere Schiffe mit 200 bis 500 Passagieren können auch kleinere Häfen anfahren und Overnights anbieten, was viele neue Möglichkeiten bietet. Andererseits sind viele der kleineren Schiffe auf richtigen Expeditionsrouten unterwegs – so können „weiße Flecken“ wie etwa Arktis und Antarktis, die Galapagos Inseln oder der Amazonas entdeckt werden“, führt Krahl weiter aus. Wie bei kaum einer anderen Reiseart ist bei Kreuzfahrten die entsprechende Beratung durch Reiseexperten von besonderer Bedeutung. „Das Angebot ist so vielfältig – da braucht es gut geschulte Reiseberater, die für die Kunden das passende Schiff zur gewünschten Zeit und Destination finden können“, so der Krahl.

Reiseangebote digital und analog bestmöglich vermitteln – Kataloge und „Magaloge“ gefragt wie selten zuvor

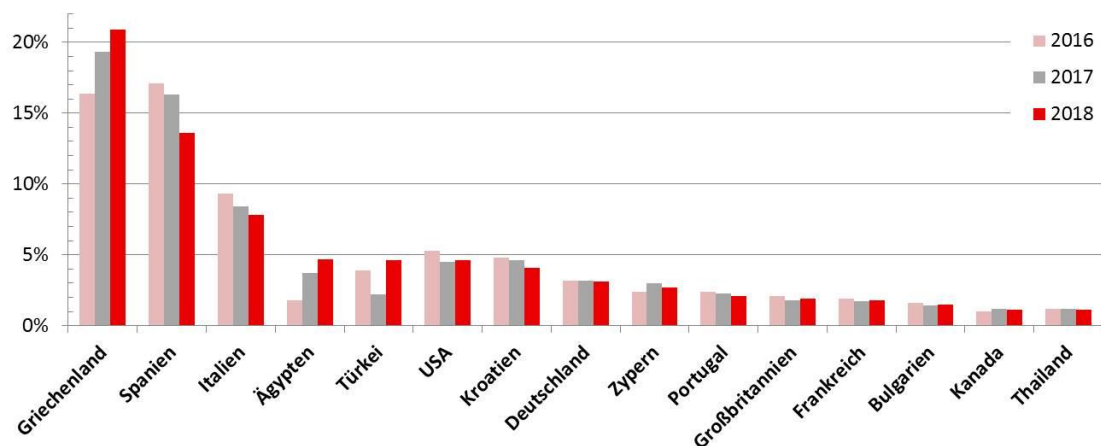
Dass sich die Österreicher gewissenhaft und zunehmend multimedial auf ihre Urlaubsbuchungen vorbereiten, ist der Grund, warum Ruefa hier eine Parallelstrategie einschlägt. „Wir wissen aus unserem Reisekompass, dass sich 80 Prozent unserer Kunden online informieren und dass 62 Prozent aller Kunden im Reisebüro die Informationsbeschaffung sowie Inspiration durch Reisemagazine und Reisekataloge besonders wichtig finden“, so Freund.

Vor diesem Hintergrund hat Ruefa über den Sommer mit der YouTube-Serie „Ruefa Reise Stories“ – www.youtube.com/ruefa - zu den beliebtesten Fernreise-Destinationen begonnen und die Kataloge, Magaloge (Mischformen von Magazinen und Katalogen) und Magazine ab der Wintersaison 2018/2019 einem deutlichen Refresh unterzogen, der optisch wie auch inhaltlich alle Zeichen auf Neupositionierung stellt.

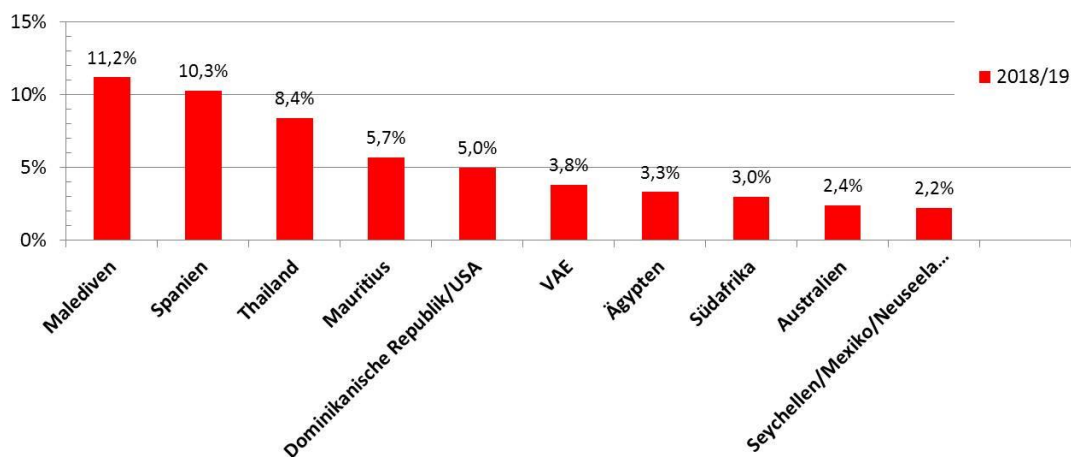
Bereits erschienen sind die Kataloge „Ruefa Asien“, „Ruefa Indischer Ozean“, „Ruefa Karibik & Kuba“ und „Ruefa Goldene Reise Winter“. Im Laufe der nächsten Wochen folgen die Magaloge „Afrika“ und „Südamerika“.

Die neuen Ausgaben des Kreuzfahrtenmagazins „Ahoi“ und des Fernreisemagazins „Fernfreude“, das erst unlängst zwei der heiß begehrten FOX-Awards gewinnen konnte, erscheinen im Oktober.

Downloads:



Grafik 1: Top Sommer-Destinationen bei Ruefa (gemessen nach Umsatzanteil in %) - Vergleich Reisezeitraum jeweils 1.5.-31.10. für die Jahre 2016, 2017 und 2018e



Grafik 2: Top Winter-Destinationen bei Ruefa (gemessen nach Umsatzanteil in %) - Reisezeitraum 1.11.2018 -30.4.2019



Grafik 3: Ruefa-Kataloge 2018/19 im Überblick

Alle Unterlagen zur Pressekonferenz unter:

www.verkehrsbuero.com/presse/presseinformation/ruefa-trend-talk-2018_19/

Alle Presseaussendungen der Verkehrsbüro Group unter:

www.verkehrsbuero.com/

PRESSERÜCKFRAGEN

Andrea Hansal
Verkehrsbüro Group Konzernkommunikation
Lassallestraße 3, 1020 Wien
Tel.: 01/588 00-172 | Fax: 01/588 00-444
presse@verkehrsbuero.com www.verkehrsbuero.com

Verkehrsbüro Group

Die Verkehrsbüro Group ist Österreichs führender Tourismuskonzern mit den Geschäftsbereichen Leisure Touristik (Freizeitreisen), Hotellerie und Business Touristik. Der Jahresumsatz 2017 betrug 951 Mio. Euro. Unter dem Dach der Österreichisches Verkehrsbüro Aktiengesellschaft sind die operativen Geschäftsbereiche in Tochtergesellschaften organisiert.

Die Austria Trend Hotels sind der ideale Ausgangspunkt für City- und Geschäftsreisende mit 28 Hotels in Österreich, Slowenien und der Slowakei. Die führende österreichische Hotelgruppe bietet Veranstaltungsflächen für über 10.000 Gäste. Motel One, betrieben im Joint Venture, sind mit dem Konzept „Viel Design für wenig Geld“ im Segment Budget Design Hotels erfolgreich. Palais Events betreibt die historischen Locations Palais Ferstel, Palais Daun-Kinsky, die Wiener Börsensäle sowie das Café Central.

Der Konzern ist Marktführer im Bereich Leisure Touristik (Freizeitreisen) mit 108 Ruefa Reisebüros österreichweit; als Spezialreiseveranstalter bietet er hochwertige Fern-, Studien- und Schiffsreisen. Eurotours ist die größte Incoming-Agentur Zentraleuropas und führender heimischer Reiseveranstalter mit Standorten in Österreich und im Ausland.

Im Bereich Business Touristik sind Verkehrsbüro Business Travel und AX Travel Management führender Anbieter bei Geschäftsreisen. Verkehrsbüro MICE Services organisiert zudem Meetings, Events, Gruppen- sowie Incentive-Reisen. Austropa Interconvention steht für professionelles Kongress-Management. Mit BEasy, der Online-Lösung für KMUs, können Geschäftsreisen einfach und günstig gebucht werden. Weltweiter Service wird als Netzwerkpartner von American Express Global Business Travel in über 120 Ländern angeboten.