

PRESSEINFORMATION | Wien, 15. Mai 2019

Verkehrsbüro Group mit deutlich gesteigertem Ergebnis 2018

- **Ergebnisplus stärkt Wachstumsstrategie zum Ausbau der #1 Position**
- **Touristik mit starkem Ergebnis und Fokus auf Digitalkompetenz**
- **Wachstumstreiber Hotellerie mit neuen Projekten und Investitionen**

„101 Jahre und kein bisschen leise“ – so lässt sich die Erfolgsbilanz der Verkehrsbüro Group aus dem Jahr 2018 zusammenfassen. „Als Touristiker und Hotelier stimmen uns die Ergebnisse aus 2018 absolut zufrieden. Als Nummer 1 im heimischen Tourismus sehen wir aber auch den Auftrag, gerade wenn es jetzt in allen Bereichen so gut läuft, deutlich zu investieren“, zeigt sich Martin Winkler, Sprecher des Vorstands, bei der Präsentation der Zahlen für 2018 motiviert. Das bedeutet in der Touristik die Verschmelzung von Online und Offline zu forcieren und in der Hotellerie den Fokus auf neue Projekte und Investitionen in bestehende Häuser zu legen.

Der seit knapp zwei Jahren eingeschlagene Wachstumskurs lässt sich an den Zahlen der Gruppe ablesen: Aufgrund der erstmaligen Bilanzierung von IFRS 15¹ konnte bei einem Konzernumsatz von 615,1 Mio. Euro (+19% gegenüber dem Vorjahr) das Ergebnis vor Steuern (EBT) auf 22,6 Mio. Euro (+11,9%) und der Jahresüberschuss auf 18,0 Mio. Euro (+18,4%) gesteigert werden.

Die Bilanzsumme belief sich 2018 auf 295,6 Mio. Euro (+5,2%), das Eigenkapital sowie die Eigenkapitalrentabilität entwickelten sich ebenso positiv mit 95,4 Mio. Euro (+9,1%) bzw. 23,7% (2017: 23,1%).

„2018 war für unseren Konzern in vielerlei Hinsicht ein besonderes Jahr. Auf einer wirtschaftlich soliden Basis haben wir unsere Zukunftsstrategie „2b ahead“ aufgesetzt und mit unseren 3.000 Kolleginnen und Kollegen in allen Konzernbereichen aktiv zukunftsweisende Projekte an den Start gebracht“, gibt sich Winkler für den Ausblick sehr positiv.

Für Winkler, in der Funktion des Sprechers des Vorstands seit Oktober 2017 tätig, ist bereits viel Neues spürbar: „Wir wollen Besonderes schaffen. Ich bin fasziniert davon, wie sich technische und auch organisatorische Neuausrichtungen sukzessive fügen und mit wie viel Weitsicht unsere Leute da ran gehen. Aber klar ist: Tourismus ist und bleibt ein „people’s business“ und wir sind mit Herz und Verstand am Kunden“, so Winkler.

Das lässt sich der Konzern auch einiges kosten: In Summe wurden 2018 über 2.800 Stunden bzw. 1,2 Mio. Euro in Aus-, Fort- und Weiterbildungen der Mannschaft investiert.

¹ Aufgrund der Erstabgrenzung von IFRS 15 werden bei den vermittelten Umsätzen nur mehr die Provisionen dargestellt. Ohne IFRS 15 hätte sich der Konzernumsatz 2018 auf 1,023 Mrd. Euro erhöht. Die Einzelabschlüsse der Geschäftsbereiche erfolgen nach wie vor nach UGB.

Reiselust ungebrochen, Leisure Touristik verzeichnet erfolgreichstes Jahr der Geschichte

Die Österreicherinnen und Österreicher zeigten sich 2018 ungebrochen reiselustig. „Der Sommer 2018 war super, aber auch sehr arbeitsintensiv für die Kolleginnen und Kollegen. Die Einführung des Pauschalreisegesetzes zum 1. Juli sowie das über Wochen andauernde Flugchaos haben einmal mehr die Kompetenzen der Reiseexperten von Ruefa und Eurotours gefordert. Für uns heißt das, dass die Urlauber starke Marken, Services und Beratungen stark nachfragen und auch die Sicherheit dadurch immer mehr zu schätzen wissen“, so Winkler.

„Mit einem Plus von 8,3% auf 331,9 Mio. Euro Umsatz war 2018 für unsere Reisebüro-Sparte – allen voran die 107 Ruefa-Reisebüros – das bislang erfolgreichste Geschäftsjahr aller Zeiten. 322.075 Kunden haben im vergangenen Jahr bei uns gebucht, und damit um 4,3% mehr als im Vorjahr“, fasst Winkler zusammen.

Im Geschäftsfeld Reiseveranstalter konnte Eurotours als der größte Anbieter von Reisen im Direktvertrieb 2018 erneut reüssieren. Eurotours deckt mittlerweile alle Formen des organisierten Reisens ab, von Reisen in klassische Ferienregionen, im Städtebereich bis hin zu Kreuzfahrten und Fernreisen. Vermarktet werden diese weltweiten Angebote in Österreich, Deutschland, Italien, Schweiz, Ungarn und Tschechien. Ein zusätzlicher Schwerpunkt ist die Veranstaltung von Gruppenreisen für Seniorenverbände oder Sportvereine, internationale Sportevents wie auch Betriebsausflüge.

Auch Ruefa und Jumbo mit ihren hochgradig exklusiven und maßgeschneiderten Eigenprodukten gewinnen hier zunehmend an Bedeutung, wobei sich besonders positiv Fernreisen nach Afrika und im Bereich Indischer Ozean, Studienreisen und Kreuzfahrten entwickelten.

Im Veranstalter-Segment wurden 2018 insgesamt ein Umsatzplus von 4,9% auf 260,3 Mio. Euro erwirtschaftet und 828.459 Kunden gezählt.

„Wir freuen uns, dass besonders HOFER REISEN sich mittlerweile zu einer Kultmarke entwickelt hat. 2018 wurde das 15-jährige Jubiläum dieser Kooperation gefeiert, seit der Gründung wurden über sechs Mio. Gäste von HOFER REISEN auf Reisen geschickt“, so Winkler.

Als Vollsortimenter im Multi-Channel-Vertrieb (zuvor: Incoming) ist Eurotours nach wie vor in der DACH-Region und den angrenzenden Nachbarländern führend – hier geht es um die Vermarktung der schönsten Destinationen Österreichs und seiner Nachbarländer. 2018 war dafür ein ausgezeichnetes Geschäftsjahr mit einem Umsatzzuwachs um 12,3% auf 107,4 Mio. Euro.

Business Touristik bündelt die Kräfte und erzielt stabiles Ergebnis

„In der Business Touristik sehen wir ein wettbewerbsintensives Umfeld“, so Winkler. Umso erfreulicher daher das Ergebnis: Das Transaktionsvolumen, bei insgesamt sinkenden Ticketpreisen, konnte um 1,7% gesteigert werden. Der Umsatz im Geschäftsjahr 2018 blieb mit 179,4 Mio. Euro (-1,7%) nahezu unverändert, womit die Verkehrsbüro Business Services weiterhin die unangefochtene Nummer 1 am österreichischen Markt sind. Unabdingbar sind in Hinblick darauf interne Optimierungsmaßnahmen – etwa die Bündelung von operativen Einheiten zum Vollsortimenter sowie die konsequente

Ausrichtung auf die zunehmende Digitalisierung der Branche. „Door-to-Door Konzepte, mit deren Hilfe wir Reisenden eine nahtlose, digital durchgeplante Verbindung von der Haustür bis zum Zielort und wieder zurück bieten, sind im Business-Bereich mittlerweile ein Must. Mit unseren neuen MyChoice-Paketen setzen wir als erste Anbieter in Österreich Maßstäbe in der individuellen und transparenten Preisgestaltung im Business Travel“, erläutert Winkler.

Hotellerie profitiert: Österreichs Städte bei Leisure- und Business-Gästen gefragt wie nie

Im Geschäftsjahr 2018 konnte die Zahl der Nächtigungen in den 28 Austria Trend Hotels der Verkehrsbüro Group um 3,2% auf etwa 2,3 Mio. gesteigert werden. Der Umsatz stieg im selben Zeitraum um 8,7% auf 169,1 Mio. Euro. Auch der RevPAR konnte bei stabil hoher Auslastung um 5,2% gesteigert werden. Getragen wurde dieses positive Ergebnis von der Beliebtheit Wiens als Kongressstadt, dem anhaltenden Trend zu gehobenen Städtereisen sowie der zusätzlich angefachten Nachfrage durch die EU-Ratspräsidentschaft Österreichs.

„Wien profitiert extrem von der Auszeichnung als lebenswerteste Stadt der Welt – mit 16 Häusern und einer kaiserlichen Suite im Schloß Schönbrunn wirkt sich das sehr positiv auf unser Produktportfolio aus“, ist Winkler sichtlich zufrieden.

Basis für das sehr erfreuliche Ergebnis waren neben dem positiven Gesamtsentiment ein gutes Kostenmanagement und die konsequente Qualitätsverbesserungen in allen Hotels – sowohl in den Städten wie auch den Ferienresorts. In den vergangenen Jahren wurden bereits mehr als 15 Mio. Euro in die Neuausstattung der Häuser investiert. Die Investitionskasse ist noch gut gefüllt – bis Ende 2022 sind Investitionen in Gesamthöhe von 40 Millionen Euro geplant.

Augenscheinlich sind die Bauarbeiten bereits im Parkhotel Schönbrunn, wo rund die Hälfte der 300 Zimmer und der MICE-Bereich bis Jahresende 2019 eine Komplettsanierung bekommen und dann mit State-of-the-art-Ausstattung im imperialen Rahmen punkten können. Weitere Großumbauten werden 2019 noch im Hotel Messe (1020 Wien) sowie im Hotel Astoria starten.

Zusätzlich dazu wurde eine Trainingsoffensive für die Hotellerie-Mitarbeiter ins Leben gerufen und ein stringentes Qualitätsmanagement verfolgt. Das hohe Niveau der Dienstleistung wird von den Gästen entsprechend honoriert und schlägt sich positiv im Ergebnis und in hohen Bewertungen auf diversen Online-Portalen nieder.

Palais Events und Café Central boomen

2018 war das bisher beste Geschäftsjahr in der Geschichte von Palais Events. 326 Veranstaltungen mit 72.000 Gästen sorgten für einen Umsatz von 4,1 Mio. Euro in den Veranstaltungspalais. 568.000 Gäste im Café Central brachten ein Umsatzplus von 11,3% auf 7,0 Mio. Euro.

„Rekordverdächtig ist auch das positive Kundenfeedback: 88,57% aller Kunden im Veranstaltungsbereich sind ‚sehr zufrieden‘, das Café Central wurde auf TripAdvisor mit einem Durchschnittsrating von 4,5 Sterne bewertet – das freut mich persönlich besonders“, so Winkler. Als touristisches Aushängeschild Wiens trägt das Café Central eine große Verantwortung. Die Gästefrequenz ist innerhalb der vergangenen acht Jahre um 62% gestiegen. „Um das hohe Qualitätsniveau zu halten, investieren wir laufend in das Angebot.

So wurde zuletzt eine neue Frühstückskarte mit hohem Bio-Anteil und Schwerpunkt auf lokale Lebensmittelproduzenten eingeführt“, bekräftigt Winkler einmal mehr seinen Ansatz, ganz besonders in guten Zeiten zu investieren und Innovationen zu pushen.

Ausblick: Digitalisierung, Wachstumstreiber Hotellerie und Imageboost

Für 2019 zeigt sich Winkler ebenso optimistisch: „Wir nutzen das weiterhin positive Sentiment im Tourismus, um unsere langfristigen, strategischen Vorhaben jetzt konsequent umzusetzen“, so Winkler.

Die Themen Digitalisierung, Wachstum und Qualitätsoffensive mit klarem Kundenfokus sind auch die Eckpfeiler der Konzernstrategie „2b ahead“, mit der die gesamte Verkehrsbüro Group seit Mitte 2018 gesteuert wird. „Die Nummer 1-Position im österreichischen Tourismus bedeutet für uns eine ständige Herausforderung. Nur durch den konsequenten Ausbau der Qualität und Kundenzufriedenheit können wir an der Spitze bleiben. Das wollen wir unbedingt – und dieser Verantwortung stellen wir uns in Zukunft noch offensiver.“

In der Touristiksparte liegt ein deutlicher Fokus auf Digitalisierung: „Wir denken und planen absolut digital im Sinne der Customer Centricity – sprich: wo und wie will der Kunde mit uns sprechen, wo und wie will er Support haben, wo können wir noch optimieren“, so Winkler. Derzeit wird etwa bei Ruefa mit den „Ruefa Insidern“ an einer smarten Lösung gearbeitet, das Know-how der rund 500 Reiseexperten für die Kunden bestmöglich online wie offline verfügbar zu machen. Ebenso werden Kataloge, Magalogue und Magazine ideal für die digitale Nutzung aufbereitet. Erweitert werden die Angebote um Chatbots für standardisierte, einfache Kundenanfragen sowohl bei Ruefa wie auch bei der Vertriebsplattform justaway.com von Eurotours.

Der immer intensiver werdenden Nutzung diverser Social Media Kanäle zur Inspiration, Recherche und Weiterempfehlung von Reiseerlebnissen wird ebenso Rechnung getragen: „Wir sehen hier wirklich Potenzial, neue Zielgruppen bzw. unsere Bestandskunden noch besser anzusprechen – Reisetemen sind ja super ‚instagrammable‘ und die Ruefa Reise Stories auf YouTube haben bereits eine riesige Fangemeinde“, so Winkler. Hinter den Kulissen gehen die Recherchen für Neuerungen und Kooperationen allerdings noch viel weiter – ein intensiver und regelmäßiger Austausch mit auf Tourismus spezialisierten Digital- und Technologie-Unternehmen aus den Hotspots Tel Aviv und Barcelona wurde ebenso in die Strategie aufgenommen.

„In der Hotellerie herrscht eine wirklich gute Grundstimmung – vor allem in Wien, wo die neuen Low-Cost-Carrier viele neue Gäste bringen und der Kongresstourismus wirklich stark ist“, so Winkler. Das weiter steigende Interesse ist auch die beste Voraussetzung für die genannten Investitionen – wobei es am Wiener Markt eine wirkliche Herausforderung darstellt, Baufirmen für die zeitnahe Umsetzung der Investitionsvorhaben zu bekommen.

Winkler sieht in der Hotellerie besonderes Wachstumspotenzial für die Zukunft: „Wir haben hier einen klaren Wachstumskurs eingeschlagen und arbeiten intensiv an der Erweiterung unseres Hotelportfolios. Wir konzentrieren uns dabei auf die Stadthotellerie in Österreich und im angrenzenden Ausland – und hier ganz besonders auf den sehr interessanten deutschen Markt.“

Unter Hochdruck wird derzeit auch gemeinsam mit den Joint Venture Partnern SIGNA und ARE Development am Projekt „VIENNA TWENTYTWO“ gearbeitet. „Wir werden im Projekt

‚VIENNA TWENTYTWO‘ ab 2022 ein Hotel mit rund 200 Zimmern betreiben – in einem neuen, modernen Look-and-Feel“, freut sich Winkler auf einen weiteren Standort in Wien. Weiters steht eine Hoteleröffnung bereits im Sommer 2019 in Linz auf dem Plan – im sehr erfolgreichen Joint Venture mit Motel One Austria (49%). Weitere Hoteleröffnungen für Motel One Österreich sind dann für Graz und Innsbruck geplant.

Ein weiteres Aktionsfeld für die Verkehrsbüro Group definiert Winkler hinsichtlich der andauernden Diskussion um das schlechte Image der Jobs im Tourismus. „Wir sagen es nicht nur, wir setzen ganz konkrete Aktionen: Das Image der Tourismusberufe braucht in Österreich jetzt endlich einen Boost für den hohen Stellenwert, den es verdient!“, so Winkler. Gerade auch dank der Digitalisierung ergeben sich neben den klassischen Berufen spannende neue Jobprofile und Entwicklungsmöglichkeiten im Tourismus, wo die Verkehrsbüro Group ein aktiver Player sein will. „Im Tourismus sind so attraktive und auch internationale Karrieremöglichkeiten vorhanden – das wollen wir zeigen und für Top Talente auch der Arbeitgeber Nummer 1 sein“, so Winkler.

Presseinfo und Pressefotos in hoher Auflösung:

<https://www.verkehrsbuero.com/presse/presseinformation/verkehrsbuero-group-bilanz-2018/>

Presseausendungen der Verkehrsbüro Group finden Sie unter:

www.verkehrsbuero.com/presse/

PRESSERÜCKFRAGEN

Mag. Andrea Hansal, MSc.
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 2018 betrug 615,1 Mio. Euro (bilanziert nach IFRS 15). 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 27 Hotels in Österreich, Slowenien und der Slowakei. Die führende österreichische Hotelgruppe bietet Veranstaltungsflächen für Events aller Art. 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 über 100 Rueda 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.

Unter dem Dach der Verkehrsbüro Business Touristik vereint die Verkehrsbüro Group ihre Verkehrsbüro BUSINESS Services und Verkehrsbüro MICE Services. Die etablierten Marken Verkehrsbüro Business Travel, AX Travel Management, BEasy & Austropa wurden zusammengeführt, um Firmenkunden den bestmöglichen Rundum-Service anbieten zu können. Verkehrsbüro Business Touristik ist der führende Anbieter in Österreich für Geschäftsreisen und machen Meetings, Incentives/Gruppenreisen, Kongresse & Events zu einzigartigen Erlebnissen. Weltweiter Service wird als Netzwerkpartner von American Express Global Business Travel in über 120 Ländern angeboten.