

was Zeit, und bei einem Drittel bohren wir dicke Bretter. Aber das ist menschlich.“

Einen eigenen Weg, mit den Veränderungen umzugehen, wählten etwa manche ägyptische Reiseleiter. Sie wollten es besonders gut machen und wenn Kunden sich zwischen dem Grundprogramm und den Extratouren nicht entscheiden konnten, haben sie schon mal alle Ausflüge nacheinander durchgeführt. Das sorgte zwar im ersten Moment für Beifall der Gäste, wurde aber auch sehr stressig, was die Zufriedenheitsquote deutlich sinken ließ.

**Die Mehraufwand der Extratouren**, die es unbestritten gibt, konnten „durch mehr Volumen“ kompensiert werden. Konkrete Zahlen mochte Wiegand zwar noch nicht nennen, aber 2010 könnte sich zum besten Jahr der Firmengeschichte entwickeln. Mit einer Steigerung bei Teilnehmerzahlen, Umsatz und Kundenzufriedenheit.

Allerdings gibt sich der Studiosus-Mann keinen Illusionen hin. Seiner Meinung nach wird der Markt insgesamt nicht mehr wachsen. „Wir überlegen nicht, wie wir Wettbewerbern Kunden abjagen, sondern

wie wir neue gewinnen.“ Es gehe um Umverteilung und darum, wer die neuesten und besten Produkte hat.

Die „neue Freiheit“, die die Extratouren den Studienreiseteilnehmern bietet, ist für ihn ein Schritt in die richtige Richtung. Wiegand weiß: Ohne Investitionen funktioniert das nicht. Allein für die technische Ausstattung der Gruppen mit Audiosystemen (Mikrofon und Sender für die Reiseleiter, Kopfhörer und Empfänger für die Gäste) hat der Veranstalter bereits einen sechsstelligen Betrag investiert.

Bei der Vermarktung setzt Studiosus auch künftig vor allem auf den stationären Vertrieb. Und investiert auch da in neue Tools: „Bisher wurden in der Buchungsmaske nur die Flüge angezeigt, die für die Reise vorgesehen waren. Jetzt werden auch Alternativen angezeigt, die sofort direkt gebucht werden können, was die Beratung am Counter erleichtert.“

Wiegands Fazit: „80 Prozent dessen, was wir uns ausgedacht haben, hat gut funktioniert.“ Am Rest wollen er und sein Team weiterarbeiten – nach dieser Zwischenbilanz sicher recht entspannt. **fvw**

## Erfahrungen mit Extratouren

**Jeder Zweite nutzt das Angebot**

■ **Tops:** Alle Schiffsausflüge und Bootstouren liefen gut, genau wie das Angebot von Fahrradtouren statt Wanderung. Überraschung: der Erfolg der Ballonfahrt in Masuren. 2011 können die Kunden darum auch im Piemont in die Luft gehen.

■ **Flops:** Golfspielen vor den Pyramiden auf dem Golfplatz vom Mena House fand trotz beeindruckender Kulisse keine Anhänger. Auch Shoppingtouren stießen bei Studiosus-Gästen auf wenig Gegenliebe.

# Nach Mumbai führen viele Wege. Der beste führt mit Austrian über Wien.

Ab sofort buchen – ab 31.10. fliegen: 5x pro Woche nach Mumbai. Genießen Sie den Komfort von Austrian mit österreichischen und indischen Spezialitäten sowie exzellentem Service an Bord. Über Wien – Europas schnellsten Transferflughafen.

**Austrian**  
We fly for your smile.



Buchung auf [www.austrian.com](http://www.austrian.com), bei Buchungen über ☎ 0180-3000520 (9 ct/Minute aus dem deutschen Festnetz; Mobilfunkhöchstpreis 42 ct/Minute) oder im Reisebüro kann es zu unterschiedlichen Servicegebühren kommen. Sammeln Sie Meilen mit Miles & More.