



Studienreisen sind gefragt: Studiosus-Umsatz übertrifft starkes Vorjahr

Studiosus-Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch.
Quelle: Studiosus

02.10.2018

Studienreisen sind gefragt: Studiosus-Umsatz übertrifft starkes Vorjahr

Vom griechischen Olympia über die Souks in Marokko bis hin zur Chinesischen Mauer: Studien- und Entdeckerreisen waren 2018 sehr gefragt und besicherten Marktführer Studiosus ein rundum erfolgreiches Geschäftsjahr.

Studiosus-Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch: "Wir sind weiter auf Wachstumskurs und konnten unser starkes Vorjahresergebnis bei Umsatz und Gästen nochmals übertreffen. Die gestiegene Nachfrage nach Urlaubsklassikern wie Griechenland, Italien und Frankreich hat dazu einen wichtigen Beitrag geleistet. Gleiches gilt für das wachsende Interesse an Begegnungen mit der islamischen Kultur." Die Umsatzerlöse der Studiosus-Gruppe stiegen 2018 um 2,1 Prozent an und erreichten mit 281.250.000 Euro ein neues Rekordniveau. Dabei buchten insgesamt 105.000 Gäste ihren Urlaub beim Münchner Traditionsunternehmen - ein Plus von 1,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Neben hochwertigen Studienreisen präsentierte sich smart & small von Studiosus wiederum als Wachstumstreiber. Die Auszeit mit Kultur punktet mit kleineren Gruppengrößen, charmanten Hotels und entspanntem Besichtigungsprogramm. Preisgünstige Entdeckerreisen, die der Veranstalter unter der Marke Marco Polo vertreibt, trugen ebenfalls überproportional zum diesjährigen Geschäftserfolg bei.

Griechenland, Italien und Frankreich deutlich im Plus

Klassische Urlaubsländer wie Griechenland, Italien und Frankreich legten 2018 kräftig zu. In Hellas schnellten die Buchungen um stattliche 43 Prozent in die Höhe und übersprangen die 3.000-Gäste-Marke deutlich. Auch Italien war beliebt und wuchs um 4,2 Prozent auf rund 13.955 Gäste. Die Apennin-Halbinsel bleibt damit absolut gesehen das wichtigste Zielgebiet von Studiosus. Ebenfalls stark nachgefragt: Frankreich. 3.848 Teilnehmer reisten ins deutsche Nachbarland - ein Plus von 18,2 Prozent. Hoch im Kurs standen auch osteuropäische Destinationen wie Russland und das Baltikum, nach denen die Nachfrage um 14,4 Prozent bzw. 8,9 Prozent anstieg. Weniger stark nachgefragt waren Spanien und Portugal, die mit 5.329 und 4.033 Studiosus-Gästen aber weiterhin zu den Top-5-Zielen des Veranstalters gehören. Davon bleibt die Türkei weit entfernt. Mit rund 100 Studiosus-Gästen zum Jahresende kann das Land an der Brücke zu Europa sein großes Potenzial als Kulturreiseziel nicht annähernd ausschöpfen.

Begegnungen mit der islamischen Welt wieder gefragt

Steigendes Interesse spürte der Veranstalter in vielen islamischen Ländern, die nach mehrjähriger Durststrecke auf den Wachstumspfad zurückgekehrt sind. Nach Marokko reisten beispielsweise 2.555 Gäste mit Studiosus - ein Plus von 44 Prozent. In Ägypten legte die Nachfrage sogar dreistellig zu. Auch die Vereinigten Arabischen Emirate und der Oman waren mit einem Plus von 27,8 Prozent ein Renner. Gleiches gilt für Israel, das 38,7 Prozent mehr und insgesamt 1.812 Studiosus-Gäste begrüßen konnte. Von einem Iran-Trend kann man dagegen nicht mehr sprechen. Neben der Aufkündigung des Atomabkommens machte dem Persien-Tourismus die wachsende Attraktivität seiner islamischen Wettbewerber zu schaffen. So verlor das Land rund die Hälfte seiner Teilnehmerzahl, konnte aber immer noch 1.229 Studiosus-Gäste für sich begeistern.

China und Japan im Trend, Shootingstar südlicher Kaukasus

Einer der Gewinner auf der Fernstrecke war China. Mit einem Plus von 48,5 Prozent legte die Nachfrage kräftig zu und rund 2.000 Gäste entdeckten das Land mit Studiosus. Ebenfalls im Trend: Japan, Vietnam, Laos und Kambodscha. Zentralasien, insbesondere Usbekistan, waren ebenfalls beliebte Kulturreiseziele und verzeichneten ein Plus von 14,7 Prozent. Ein Shootingstar war der südliche Kaukasus mit Armenien, Georgien und Aserbaidschan. Erstmals reisten dorthin mehr als 1.000 Studiosus-Gäste, ein Plus von 17,5 Prozent. Weniger stark nachgefragt waren Reisen ins südliche Afrika, nach Myanmar und Kuba. Auch die USA verloren in der Gunst der Studiosus-Gäste an Boden. Ganz im Gegensatz zu Südamerika, das sich wachsender Beliebtheit erfreute und Ländern wie Peru, Ecuador, Argentinien und Chile ein Plus von 15,9 Prozent bescherte.

Pressemappe Studiosus 2019

Die komplette Pressemappe zu unserer Jahrespressekonferenz findet sich unter <https://www.studiosus.com/Presse/Publikationen> zum Download.

Bildmaterial

Obiges Bild können Sie gerne bei der redaktionellen Berichterstattung unter Angabe des Fotocredits kostenfrei veröffentlichen. In druckfähiger Auflösung finden Sie es unten rechts zum Download.

Pressekontakt

Dr. Frano Ilic, Pressesprecher der Unternehmensgruppe
Telefon: +49 (0)89 50060 505, E-Mail: frano.ilic@studiosus.com

Über die Unternehmensgruppe Studiosus

Studiosus ist der führende Studienreise-Anbieter in Europa. Die hohe Qualität der Programme, erstklassige Reiseleiter und

ständige Innovationen sichern Studiosus die Marktführerschaft. Neben Studienreisen hat Studiosus auch attraktive studienreisenahe Angebote im Programm, wie beispielsweise smart & small (Reisen in kleinen Gruppen) und me & more (Reisen für Singles). Im Jahr 2018 reisten 105.000 Gäste in mehr als 100 Länder weltweit mit der Unternehmensgruppe Studiosus, zu der auch die im günstigeren Rundreisesegment positionierte Veranstaltermarke Marco Polo gehört. Der Umsatz erreichte im gleichen Zeitraum ein neues Rekordniveau von 281.250.000 Euro. Insgesamt hat die Unternehmensgruppe Studiosus über 1.000 Routen im Programm. Am Firmensitz in München sind derzeit 350 Mitarbeiter beschäftigt, davon 25 Auszubildende. Zudem arbeitet Studiosus mit 570 Reiseleitern weltweit zusammen. Gegründet wurde das Familienunternehmen am 12. April 1954. Internet: www.studiosus.com

[🔍 Zurück zur Übersicht](#)

[Druckansicht](#) | [Download Bild \(JPG\)](#)

Intensiverleben