

Trendbarometer

Wohin geht die Busreise?

Uli Gerstmeier und Luis Lintner von der APPINA TRAVEL GmbH kennen den aktuellen Trend.



Das engagierte Team um die beiden Geschäftsführer Uli Gerstmeier und Luis Lintner feiert 2012 den 10. Geburtstag. Der Erfolgsgeschichte konnte zum Jahresbeginn mit der Übernahme von Gruppen von Schleuter Touristik International ein weiteres Krönchen aufgesetzt werden.

Reiseziele

Zu den beliebtesten Reisezielen zählen nach wie vor Deutschland und Italien - wobei die Städtereise ungebrochen die Nummer 1 darstellt. 2012 neu bei uns im Programm ist die Destination Skandinavien mit ihren atemberaubenden Landschaftserlebnissen. Die klassischen Reiseziele werden mit Sahnehäubchen

wie zum Beispiel kulinarischen Verführungen, Radtouren ins unbekanntes Hinterland oder auch mit der Möglichkeit, selbst mal in einer der großen Kirchen Roms ein Chorkonzert zu geben, aufgepeppt. Selbstverständlich werden all diese Programme von unseren Mitarbeitern vor Ort getestet und soweit möglich von unseren speziellen Guides begleitet.

Reisearten

Im Trend sind vor allem hochwertige Kurzreisen mit hohem Erlebniswert. Hier hat sich gezeigt, dass der Kunde auch bereit ist, für perfekte Qualität etwas mehr auszugeben. Sehr gefragt ist unser Angebot an die verschiedensten Vereine mit den attraktiven Möglichkeiten, mal da zu trainieren oder zu singen, wo sich sonst die Stars ein Stelldichein geben. Aber auch längere Pilgerreisen oder Studienfahrten z.B. nach Italien oder Israel werden häufiger angefragt - hier ist natürlich die hohe und von uns geprüfte Qualität entscheidend. Gute Kontakte zu Leistungsträgern garantieren ein stimmiges Preis-Leistungsverhältnis.

Reisedauer

Die Reisedauer ist naturgemäß abhängig von Inhalt und Ziel der Reise - sehr gefragt sind Wochenendtrips bzw. Kurzreisen bis zu maximal 5 Tagen, Pilgerreisen z.B. nach Israel dauern 7 bis 15 Tage. Hier steht neben dem kulturellen Erlebnis auch die Spiritualität im Mittelpunkt, wobei der Zeitfaktor eine andere Gewichtung erfährt.

Reisepreise

Grundsätzlich sind zwei Strömungen feststellbar: Es gibt durchaus weiterhin eine Zielgruppe, die so günstig wie möglich reisen möchte und dabei gerne bereit ist, auf Komfort, z.B. bei der Unterkunft zu verzichten. Durch intensive Verhandlungen vor Ort ist es uns aber auch gelungen, in diesem Niedrigpreissektor das Größtmögliche an Qualität anzubieten. Die weitaus größere und repräsentative Zielgruppe legt aber ausdrücklich Wert auf Komfort und höchste Qualität und ist auch bereit, einen höheren Preis zu bezahlen. Ausschlaggebend ist immer, dass das Verhältnis zwischen Preis und Leistung stimmt. Das Konzept, durch hohe Qualität und solide Organisation zu vernünftigen Preisen einen zufriedenen Kundenstamm aufzubauen, war ein Erfolg auf der ganzen Linie. Von Anfang an haben die beiden Firmengründer darauf gesetzt, sich durch innovative Programmideen, maximalen Service und geprüfte Qualität von den Mitbewerbern abzusetzen. Es sollen keine Reisen von der Stange sondern solche mit dem gewissen Etwas sein. *clz*