

Thomas Cook Reisen Winter 2008/09: 2.610 Angebote in 134 Ländern

Urlaub als Lebensgefühl - Genuss und Erlebnis im Mittelpunkt

Unter Luxusurlaubern die Nummer 1 - Trendanalysen zur Kundenorientierung - „Bewusst Genießen“ das Thema der Zukunft - „Exklusiv Genießen Selection“ stark erweitert - Fernreisenangebot (pauschal und Bausteine) weiter ausgebaut – Rundreisen mit Reiseleiter-Qualitätssiegel in noch mehr Fern- und jetzt auch Nahzielen – Sport- und Fitness-Wochen mit prominenten Sportlern

Die anspruchsvolle Art Urlaub zu genießen - so präsentiert Thomas Cook Reisen sein Programm für den Winter 2008/09 in zwölf umfangreichen Katalogen. Bei aller Vielfalt für die individuelle Urlaubsgestaltung bietet der Premium-Veranstalter übersichtlich und verlässlich detaillierte Auswahlkriterien für alle Zielgruppen, zum Beispiel mit einer klaren Themengliederung und Hinweisen wie „Ideal für..“.

„Trendforschung inspiriert und bietet neue Chancen der Kundengewinnung“, betont Gisela Sökeland, Direktorin von Thomas Cook Reisen. Und: „Dem Gast von morgen wird ein ‚ganzheitliches Wohlfühlkonzept‘ wichtiger sein als das Urlaubsziel.“

Bestätigt wird sie durch eine Studie von Matthias Horx. Der Wiener Trend- und Zukunftsforscher beschreibt den Urlauber der Zukunft als LOHAS („Lifestyle of Health and Sustainability“), als einen Konsumenten mit hohen individuellen Ansprüchen an einen von Gesundheit und Nachhaltigkeit geprägten Lebensstil. Er ist ein „gesunder Genießer“, für den die Genuss-Erfahrung mehr zählt als der Preis oder das Urlaubsziel.

Thomas Cook Reisen orientiert sich konsequent an Kundenwünschen und -ansprüchen. In die Konzeption der Länderkataloge fließen daher die Ergebnisse der Trendforschung direkt ein. „**Bewusst Genießen**“ lautet folgerichtig das neue Konzept-Thema. Fast jeder Fünfte der über Fünfzigjährigen fühlt sich nach Umfragen von diesem Motto angezogen. Eher sicherheitsorientierte Gäste spricht das bewährte Konzept „**Entspannt Wohlfühlen**“ an. Unter „**Aktiv Erleben**“ finden Kunden Angebote für die besondere Art, ihren Urlaub aktiv zu gestalten. Die Zielgruppe der anspruchsvollen Weltoffenen, die ihr Urlaubsland individuell und im Detail kennen lernen wollen, werden durch „**Kultiviert Entdecken**“ angesprochen, zum Beispiel mit klassischen, individuellen oder ganz privaten Premium-Rundreisen und Aktiv-Touren.

Gisela Sökeland: „Wenn wir die Methoden der Markt- und Trendforschung gezielt einsetzen und damit die Wünsche und Bedürfnisse unserer Urlauber kennen, dann müssen wir dieses Wissen konsequent in Produkte umsetzen. Gerade die anspruchsvollen

Kunden wollen wir ansprechen, die uns an dem messen, was wir bieten und was wir besser können als andere.“

Die ganze Welt aus einer Hand – pauschal und höchst individuell

Die „Luxus-Urlauber“ gaben Thomas Cook Reisen in einer aktuellen Umfrage (Quelle: Gruner & Jahr) die höchsten Markenwerte. Dieses Segment, ein Gradmesser für das Angebots-Niveau, wurde vor allem im LebensArt-Katalog „**Exklusiv Genießen Selection**“ erweitert, mit ausgesuchten Angeboten in Trendwinterzielen wie Thailand, Vietnam, Bali, Südafrika, den Emiraten und Urlaubsregionen am Indischen Ozean. Hinzu gekommen sind neue Ziele wie Mexiko, Jamaika, China mit Hainan, Marokko, Ägypten sowie Wintersporthotels in der Schweiz.

Im Länderkatalog **Fernreisen**, pauschal und individuell, dominiert die Rundreisen-Vielfalt. Fünf der knapp vierzig Rundreisen sind neu, auch auf Kuba arbeiten nun Reiseleiter mit Qualitätssiegel. Etwas Besonderes sind Kombi-Angebote mit ausgewählten Hotelanlagen für Golf, Wellness und Wassersport. Auch Indien wird in diesem Winter wieder angeboten – mit Rundreisen, auch nach Nepal, und Badezielen auf Goa.

Vier Baustein-Kataloge: USA - Hawaii - Bahamas, Asien & Pazifik sowie die beiden Ganzjahreskataloge **Südliches Afrika - Arabische Halbinsel** und **Mittel- und Südamerika**. Auch diese Kataloge für den Traumurlaub nach Maß, bei dem die jeweils beliebtesten Bausteine auch als Paket gebucht werden können, wurden erheblich erweitert um neue Ziele, Regionen, Rundreisen, Kombinationsmöglichkeiten, luxuriöse Resorts und Hotels. In den USA zum Beispiel wurde die Ferienregion Hollywood Beach an der Atlantikküste Floridas ins Programm aufgenommen, in Asien Taiwan im Rahmen einer Rundreise und mit Hotels in Taipeh.

Für Afrika und die Arabische Halbinsel gibt es jetzt 51 Rundreisen in sieben Ländern, neu dabei ist Mozambique. In den Emiraten lockt die sechstägige Rundreise „Bazare, Wüste und Strand“, und in Dubai ist es die neue Hotel-Attraktion Atlantis, The Palm auf der künstlichen Halbinsel „Palm Jumeirah“. Der Katalog Mittel- und Südamerika bietet 25 Rundreisen, zwei Kreuzfahrten und 24 Kurztouren. Hier ist Bolivien ein neues Ziel – im Rahmen einer Rundreise und als Kurztour. Am stärksten gewachsen ist das Angebot für Mexiko – mit neuen Rundreisen und weiteren Fünf-Sterne Hotels & Resorts. Rundreisen mit zertifizierter Reiseleitung gibt es jetzt auch in Zentralamerika, zum Beispiel die „Große Zentralamerika-Rundreise“.

Qualitätsbewusste Urlaubsvielfalt bieten auch die beiden Länderkataloge im Flug-Nahbereich. Den liebsten Sonnenzielen der Deutschen, **Spanien & Portugal**, ist ein

eigener Katalog gewidmet mit 256 Seiten, 170 Hotels und sieben Rundreisen für Sonnenhungrige, die schnell am Ziel sein wollen. Die Algarve ist nun auch im Winter im Programm, auf Madeira kamen weitere Hotels hinzu und auf den Kanaren als neue Ferienregionen El Nedano, Guia de Isora (Teneriffa) und Arguineguin (Gran Canaria).

Der Katalog **Türkei, Mittelmeer & Mehr** mit 127 Angeboten und 13 Rundreisen in sechs Ländern fasst die attraktivsten Nahziele in der Türkei, in Ägypten (mit den neuen Regionen Oriental Coast und Port Ghalib), Tunesien, Marokko, Malta und Zypern zusammen.

Die speziell auf die Zielgruppe **Alleinreisende & Singles** ausgerichteten Reisen wurden nach erfolgreichem Start jetzt mit einem breiteren Angebot in die Länderkataloge integriert.

Die vier Themenkataloge **Country & Style, Golf, Städtereisen** und **Kreuzfahrten** sind so umfangreich und vielseitig wie nie. Der einzige Themenkatalog seiner Art im Markt, Country & Style, bietet über 100 Ferienhäuser und Apartments sowie ebenfalls über 100 Hotels mit landestypischem Ambiente in Spanien (neu: Andalusien) und Portugal/Madeira. Eine neue Hotel-Einteilung erleichtert die Orientierung nach Country-Hotels und Design-Hotels. Jedes Angebot ist individuell oder als flexibles Paket buchbar.

Der äußerst erfolgreiche Katalog **Golf** wurde um die Arabischen Emirate mit Schwerpunkt Dubai sowie um die Karibik erweitert. Besonders attraktiv im Nahbereich ist das „spanische Bad Griesbach“, Novo Sancti Petri an der Costa de la Luz, ein Traumziel für ambitionierte Golfer.

Der Katalog **Städtereisen**, der „Bestseller“ im letzten Jahr, lockt zu Kurzreisen in gleich 22 neuen Städten und mit einer Vielzahl von Kultur- und Genusspaketen.

Der neue **Kreuzfahrten**-Katalog, gültig bis April 2010, ist mit 27 Schiffen auf 232 Routen ein wertvolles Handbuch für die kontinuierlich wachsende Zielgruppe der Kreuzfahrer.

Stars unter den angebotenen Schiffen sind die Queen Mary 2 und, ganz neu, die MSC Fantasia – mit exklusivem VIP-Bereich und Butler-Service. Als praktische Entscheidungshilfe und Wegweiser durch das umfangreiche Angebot enthält der Katalog einen achtseitigen Spezialteil mit ausführlichem Kartenmaterial.

7.222 Zeichen

Veneto, 18. Juli 2008