

Pressemitteilung

Von Amadeus in Auftrag gegebene Studie zeigt die Wachstumstreiber der Reisebranche für das nächste Jahrzehnt

„The Travel Gold Rush 2020“ beschreibt detailliert die Neuordnung der Reisebranche, in der Asien bis 2020 für ein Drittel der Reiseausgaben stehen wird

Das Ende der traditionellen Serviceklassen im Flugzeug, das Aufkommen „virtueller Klassen“, der Wandel der Geschäftsreisen und der Trend zu älteren, wohlhabenderen Reisenden – das sind einige der Trends, die das Tor für wichtige neue Umsatzchancen öffnen

Madrid, Spanien, 02. November 2010: „The Travel Gold Rush 2020“, eine groß angelegte neue Studie im Auftrag von Amadeus, skizziert die wirtschaftlichen Chancen für die Reisebranche in den kommenden zehn Jahren und die Möglichkeiten für Wachstum und Profitabilität. Die Studie bietet neue Denkansätze und innovative Szenarien zur Zukunft der Reise – darunter das Ende der traditionellen Serviceklassen im Flugzeug, die wachsende Bedeutung der Beratung im Reisebüro, die dominante Rolle des Quellmarkts Asien, der Niedergang der Business Class sowie die große Bedeutung eines ganzheitlichen Reiseerlebnisses.

Die Studie wurde – im Auftrag von Amadeus – von Oxford Economics entwickelt, eines führenden Beratungsunternehmens für Wirtschaftsprognosen.

Auf der Grundlage makroökonomischer Prognosen sowie ausführlicher Befragungen wichtiger Branchenexperten von Fluggesellschaften, Reisebüro-Organisationen, Think-Tanks und internationalen Organisationen zählt die Studie neue Umsatzchancen auf, die Treiber für Profitabilität, neue Dienstleistungs-Modelle und die Veränderungen in den Vorlieben der Reisenden, die allesamt die Zukunft der Branche verändern werden.

Die wichtigsten Ergebnisse

Die globale Perspektive: Asien wird 2020 der größte Quellmarkt sein

Obwohl die Weltwirtschaft 2010 zum Wachstum zurückgekehrt ist, zeigt Europa eine gewisse Trägheit. Die Studie zeigt, dass Asien im Jahr 2020 für ein Drittel (32 Prozent) der weltweiten Reiseausgaben stehen wird – heute liegt der Anteil bei nur 21 Prozent. Das bedeutet für die kommenden zehn Jahre eine starke Neuausrichtung.

Wachstumsmöglichkeiten: Das „ganzheitliche Reiseerlebnis“ erfordert neue Modelle

Der Schlüssel zu Wachstum und Profitabilität liegt in der Reisebranche in einem „ganzheitlichen Reiseerlebnis“, das bisher nur schwer zu erreichen war. Die Studie untersucht, inwieweit Fluggesellschaften Marken für Hochgeschwindigkeitsreisen und Hochgeschwindigkeits-Kommunikation werden können, um Menschen miteinander zu verbinden – sei es durch die

Integration von Hochgeschwindigkeitszügen oder sogar von Videokonferenzen. Die Studie legt einen neuen Boom der Beratung im Reisebüro nahe, angetrieben von neuer Technik und einem steigenden Bedarf nach persönlicher Beratung und Unterstützung, da die Kunden vermehrt auf der Suche nach Abenteuern sind und sich der demographische Wandel bemerkbar macht.

Vorgeschmack auf die Zukunft: das Ende der traditionellen Serviceklassen im Flugzeug, ältere Reisende, wachsende Nachfrage nach Beratung im Reisebüro und neue Reisende werden die Reise verändern

Die Studie betont den Wandel, dem die Vorlieben und die Bedürfnisse der Reisenden unterliegen, und beschreibt die wichtigsten Chancen für Reiseanbieter im kommenden Jahrzehnt, darunter:

- „Virtuelle“ Serviceklassen werden in den Flugzeugen wahrscheinlich die herkömmlichen Klassen ersetzen.
- Reisebüro-Mitarbeiter werden sich zu „Lifestyle-Managern“ entwickeln, die die Kunden zu ihren Reisen ganzheitlich beraten.
- Das Kundensegment „reicher, älter, überall unterwegs“ wird neue Umsatzchancen eröffnen.
- Die Geschäftsreise erholt sich, aber die Business Class könnte an Bedeutung verlieren.

„Wir sehen es als unsere Aufgabe, in der Reisebranche Diskussionen und Debatten darüber anzuregen, wie die Welt sich verändert, was Reisende nachfragen werden und wie die Branche sich entwickeln kann, um künftiges Wachstum und künftige Profitabilität sicherzustellen“, sagt Philippe Chérèque, Executive Vice President Commercial bei Amadeus. „In dieser Studie untersuchen wir neue Formen der Zusammenarbeit, wie ein ganzheitliches Reiseerlebnis entstehen kann und ob die Zukunft für Fluggesellschaften und Reisebüros in einer grundlegenden Neuausrichtung ihres Angebots liegt.“

Adrian Cooper, Chief Executive Officer bei Oxford Economics, fügt hinzu: „Zum ersten Mal untersuchen wir einige der langfristigen strukturellen Faktoren, die die Reisebranche bisher daran gehindert haben, ihre Profitabilität zu sichern, und wie diese Hürden überwunden werden können, indem wir in größerem Maßstab über die makroökonomischen Bedingungen, zukünftige Geschäftsmodelle und den Wandel der Vorlieben der Reisenden nachdenken.“

„The Travel Gold Rush 2020“ ist Teil der „Amadeus Traveller Series“, einer Initiative zur Förderung von neuem Denken und Innovation in der Reisebranche.

Die Studie steht von Mitte November an kostenfrei auf der Amadeus Website zum Herunterladen bereit.

Amadeus

Amadeus ist der führende Partner der globalen Reisebranche für Transaktionsverarbeitung und Technologie-Lösungen auf höchstem Niveau.

Zu den Kunden von Amadeus zählen Reiseanbieter (z. B. Reiseveranstalter, Airlines, Hotels, Bahnunternehmen, Fährgesellschaften), Reiseverkäufer (Reisebüros und Reise-Websites) und Reiseeinkäufer (Reisende und Unternehmen). Amadeus arbeitet auf Grundlage eines transaktionsbasierten Geschäftsmodells und verarbeitete im Jahr 2009 mehr als 670 Millionen fakturierbare einzelne Reise-Transaktionen.

Amadeus ist mit Zentralen in Madrid (Hauptsitz & Marketing), Nizza (Entwicklung) und Erding (Betrieb – Rechenzentrum) vertreten. Daneben betreibt das Unternehmen regionale Büros in Miami, Buenos Aires, Bangkok und Dubai. Für Kunden in 195 Ländern ist Amadeus mit seinen Amadeus Commercial Organisations an 72 Standorten Ansprechpartner.

Amadeus ist mit dem Kürzel „AMS MC“ an den Börsen in Madrid, Barcelona, Bilbao und Valencia gelistet. Im Geschäftsjahr, das am 31. Dezember 2009 endete, erzielte das Unternehmen 2,461 Milliarden Euro Umsatz und ein EBITDA in Höhe von 894 Millionen Euro. Amadeus beschäftigt weltweit an den zentralen Standorten rund 9.300 Mitarbeiter aus 123 Nationen.

Mehr Informationen zu Amadeus unter www.amadeus.com.

Mehr Informationen für Anleger im Amadeus Investor Relations Centre unter www.investors.amadeus.com.

Kontakt

Amadeus

Corporate Communication / Corporate Marketing

Tel.: +34 91 582 0160

Fax: +34 91 582 0188

E-Mail: mediarelations@amadeus.com

Web: <http://www.amadeus.com>

PR-Partner von Amadeus in Deutschland

c/o BZ.COMM GmbH

Stefan Becker

Gutleutstraße 16 a

D-60329 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0)69 2 56 28 88-80

Fax: +49 (0)69 2 56 28 88-88

E-Mail: amadeus@bz-comm.de

Web: <http://www.bz-comm.de/amadeus>