

Tekst 1

Wer zahlt, genießt!

Mit Nobelmarken wollen Reiseanbieter solvente Urlauber ködern – eine riskante Strategie

TEURE NEULINGE

Die Sommerangebote von Thomas Cook und TUI

Thomas Cook
15 KATALOGE
450 000 Kunden will Thmoas Cook Reisen im Sommer 2003 mit seinen neuen Angeboten gewinnen

TUI
EIN KATALOG
Unter dem Titel „TUI Stars“ bietet Branchenprimus TUI künftig Luxusreisen an



ZUM ANBEISSEN
Kunden mit luxuriösen Urlaubsträumen und prall gefüllten Reisekassen rücken immer stärker ins Visier der Urlaubsmacher

- 1 Ende Oktober markierte für Thomas Cook, Europas drittgrößten Reiseveranstalter, den Beginn einer neuen Epoche. In München präsentierte der Reisekonzern, der wegen seines Flaggschiffs
- 5 Neckermann bislang lediglich ein Billig-Image hatte, seinen Einstieg in das Geschäft mit den zahlungskräftigen Kunden: Der Oberurseler Konzern will mit Thomas Cook Reisen zum festen Begriff in der Urlaubswelt der Vollzahler und
- 10 verwöhnten Genießer werden.
- 2 Für den neuen Auftritt opferten die Urlaubsstrategen zwei ihrer bislang fest etablierten Produkte: Kreuzer Reisen und Terramar, die
- 15 jährlich immerhin 630 000 Kunden verbuchten, werden vom Markt genommen.
- 3 Knapp zwei Wochen nach der Münchner Vorstellung ist im Hause Thomas Cook von Euphorie und Aufbruchstimmung nicht mehr viel zu spüren. Stattdessen herrscht Katzenjammer, manche Mitarbeiter wollen gar „blankes Entsetzen“
- 20 ausgemacht haben. Dem Nobelprodukt mit 15 neuen Katalogen sowie einem hohen Werbe- und Marketingbudget von etwa 32 Millionen Euro, so interne Einschätzungen, droht womöglich ein
- 25 miserabler Start. Denn im Hotelbereich gibt es nicht nur mit dem direkten Konkurrenten TUI bei 30 Prozent des Angebots Überschneidungen, sondern selbst bei der hauseigenen Billigmarke Neckermann sind viele Luxushotels zu finden. Es
- 30 fehlt an der klaren Abgrenzung beider Linien, so der Vorwurf. Noch heftiger in der Kritik steht

allerdings das Management, das bislang keine Preise nennen konnte (oder wollte).

- 4 Derartige Geheimrechnerei hat einen guten
- 35 Grund: Im fernen Ägypten holte am Freitag Branchenprimus TUI mit einem genial-preiswerten Schachzug zum Gegenschlag aus. Unter dem Titel „TUI Stars“ fassen die Hannoveraner einfach und preiswert ihre „besten und schönsten Ferienhotels
- 40 der Welt“ (Eigenwerbung) in einem neuen, 220-seitigen Katalog zusammen, der die Thomas-Cook-Hochpreisattacke zu einem Sturm im Wasserglas degradieren könnte.

- 5 Der Kampf um lukrative Marktanteile ist
- 45 verständlich, denn die Reisebranche befindet sich in ihrer schwersten Krise seit Jahrzehnten. Vor allem das mittlere Marktsegment bricht angesichts der konjunkturellen Flaute in Deutschland massiv weg. Nur Last-Minute-Buchungen verzeichnen
- 50 hohe Zuwächse. Doch mit dem Kurzfristgeschäft lassen sich zwar noch maue Umsätze, aber längst keine satten Renditen mehr erzielen.

- 6 Derzeit bieten sich den Tourismusmachern
- deshalb nur zwei Auswege: restriktive Sparprogramme, die die Konzerne profitabler machen, oder aber der Ausbau des teuren Reisesegments. Damit ist die touristische Zwei-Klassen-Gesellschaft beschlossene Sache, und künftig gilt für alle
- 55 Urlauber gleichermaßen das Motto: Nur wer voll bezahlt, erhält auch vollen Reisegenuss.
- 60

Peter Hinze

Focus

Let op: beantwoord een open vraag altijd in het Nederlands, behalve als het anders is aangegeven. Als je in het Duits antwoordt, levert dat 0 punten op.

■ Tekst 1 Wer zahlt, genießt!

- 1p **1** Wat wordt er concreet bedoeld met “den neuen Auftritt” (regel 11) van Thomas Cook?
- 1p **2** ■ Was kann man zwischen „Aufbruchstimmung“ und „nicht“ (Zeile 18) einfügen?
A aber
B außerdem
C deshalb
- “Es fehlt an der klaren Abgrenzung beider Linien” (regel 29-30).
- 1p **3** Welche twee “Linien” worden hier bedoeld?
- 1p **4** ■ Was geht aus dem 4. Absatz hervor?
A TUI und Thomas Cook teilen sich untereinander den Reisemarkt auf.
B TUI verkauft, trotz eines Abkommens mit Thomas Cook, Reisen unter dem Marktpreis.
C TUI versucht mit üblen Praktiken Thomas Cook zu überbieten.
D TUIs Angebot erweist sich als große Konkurrenz für Thomas Cook.
- 1p **5** ■ Welche Aussage(n) stimmt/stimmen mit dem 5. Absatz überein?
1 In einer Zeit, wo es wirtschaftlich schlecht geht, ist es unwahrscheinlich, dass Reiseveranstalter mit Luxusreisen gute Geschäfte machen können.
2 Die Reiseveranstalter glauben, nur durch Erweiterung ihres Angebots von Last-Minute-Reisen finanziellen Problemen vorbeugen zu können.
A Beide.
B Nur 1.
C Nur 2.
D Keine von beiden.
- 1p **6** Welche van de twee “Auswege” (regel 54) lijkt gezien de tekst voor Thomas Cook de beste?