

„Neckermann macht's möglich“

Dieser Slogan ist heute so aktuell wie vor 50 Jahren. Was 1963 mit einer hervorragenden Geschäftsidee begann und in einem Prospekt von nur sechs Seiten beworben wurde, ist eine beispiellose Erfolgsgeschichte in der deutschen Touristik.

Neckermann Reisen war und ist eine echte Volksmarke. Unsere stärkste Marke im Thomas Cook-Konzern ist ihrer Devise, Urlaubsreisen auch für Normalverdiener und Familien bezahlbar zu machen, über fünf Jahrzehnte treu geblieben. Zugleich hat Neckermann Reisen sich sehr erfolgreich gewandelt und neue Wünsche seiner Gäste nicht nur erfüllt, sondern häufig sogar vorweggenommen und als Erster auf den Markt gebracht. Heute steht Neckermann Reisen für einen der modernsten Familien-Reiseveranstalter in Deutschland.

Wie stark die Marke Neckermann in der Touristik ist, zeigt sich nicht zuletzt darin, dass ihr Name zu einem Synonym für den Pauschaltouristen geworden ist. Mag der eine oder andere die Assoziation, die bekanntlich mit dem Klischee eines Pauschalreisenden einhergeht, auch belächeln. Das ändert nichts an der Tatsache, dass Neckermann Reisen eine echte Pioniermarke ist. Darauf sind meine Kolleginnen und Kollegen im Thomas Cook-Konzern ebenso stolz wie ich.

Diese Chronik lässt Revue passieren, wie im Deutschland der 1960er Jahre die Pauschalreise entstand, wie sich die Deutschen zu Reiseweltmeistern entwickelten und wie Neckermann Reisen ihnen nicht nur die Welt zeigte, sondern sie auch stets wieder sicher nach Hause brachte.

Viel Spaß bei der Lektüre

Ihr




Dr. Peter Fankhauser,
Vorstandsvorsitzender der Thomas
Cook AG und CEO UK & Continental
Europe Thomas Cook Group



Titelbild des Katalogs der Saison 1968/69. Der Slogan dazu: „Neckermann erfüllt alle Ferienwünsche“



Inhalt

Pionierzeit 1963-1966

Urlaub ist für alle da

50 Jahre Außendienst

Die Mutter aller Reiseleiter. Theresia Schwittek im Porträt

Der große Boom 1967-1973

Mit dem Jumbo in die große weite Welt

50 Jahre Reisevertrieb

„Reisen per Post gebucht“. Interview mit einem Reisebüro-Chef

Neuordnung 1974-1989

Buchungsboom trotz Wirtschaftsflaute

50 Jahre Reisefieber

Ein Koffer voll Erinnerungen. Drei Zeitzeugen berichten

Wendezeit 1990-2000

Die Wiedervereinigung weckt neue Wünsche

50 Jahre Reiseproduktion

Zwei Möglichmacher erinnern sich

Die Internet-Ära 2001-2013

Die Reiseweltmeister werden zu Frühbuchern

50 Jahre Markenbewusstsein

Interview mit Geschäftsführer Michael Tenzer

50 Jahre Reiselust

Kataloge damals und heute, Impressum, Bildnachweis

4

10

12

18

20

28

30

36

38

46

48

1. Der Strand von Las Canteras auf Gran Canaria in den 1960er Jahren. 2. Kinderanimation ist eine Stärke von Neckermann Reisen. 3. Karibik-Klassiker Dominikanische Republik. 4. Bademode im Retro-Look.



Maritime Mode und ein bekannter Slogan. Mit diesem Motiv weckt Neckermann im Reisekatalog von 1964 Urlaubsträume.

IM
FLUG
IN
DEN
SONNIGEN
SÜDEN

*Neckermann
macht's möglich!*

Urlaub ist für alle da

Anfang der 1960er Jahre, es ist die Zeit von Minirock und Beatmusik, haben die Westdeutschen nicht nur einen gewissen Wohlstand erreicht, sondern auch eine unstillbare Leidenschaft fürs Reisen entwickelt. Auf der Suche nach Sonne, Sand und Dolce Vita lockt es Sommer für Sommer Millionen Urlauber an die Küsten Italiens und Spaniens. Gereist wird allerdings mit der Bahn oder dem eigenen Auto. Eine Flugreise können sich nur die wenigsten leisten. Das ändert sich schlagartig 1963, als Josef Neckermann, der in den 1950er Jahren ein erfolgreiches Versandunternehmen aufgebaut hatte, in den Reisemarkt einsteigt und Flugpauschalreisen anbietet. Nach dem im Versandhandel bewährten Prinzip – großer Umsatz, kleine Marge – kauft er große Kontingente von Hotels und Flügen auf, kalkuliert mit sehr hoher Auslastung und kann dadurch mit Preisen antreten, die rund 40 Prozent unter den marktüblichen liegen. Der Werbespruch „Neckermann macht's möglich“ wird somit bald auch in der Touristik zum geflügelten Wort.



So sah er aus, der erste Reisekatalog von Neckermann. Schön bunt.

1963 Noch im Jahr 1962 lässt Neckermann die ersten „Kataloge“ – sechsseitige, vierfarbige Prospekte im DIN-A5-Format mit edlem Gold auf der ersten Seite – drucken und verschickt sie als Beilage zu den dicken Versandhauskatalogen in Millionen Haushalte. Im Angebot: Reisen nach Mallorca, Tunesien, Dalmatien, Montenegro, an die Costa del Sol und ans Schwarze Meer. **Mehr als die Ziele sind aber die Preise der Knaller:** Zwei Wochen Mallorca mit Vollpension gibt es schon für 338 Mark, Cavtat an der dalmatinischen Küste sogar für 335 Mark. Urlaubsreisen per Flugzeug sind damit erstmals auch fürs „normale“ Volk erschwinglich. Die Reiseanmeldungen, damals nur per Post möglich, kommen waschkörbeweise. **Vor allem Mallorca ist gefragt.** Von Frankfurt aus bringt Neckermann im Frühjahr 1963 mit einer viermotorigen Propellermaschine die ersten Urlauber auf die Balearen. Für sie öffnet sich ein Paradies aus Sonne, Strand mit unberührten Badebuchten und wie im Prospekt versprochen „mit reichlichen Hauptmahlzeiten und einer kleinen Bar, in der Sie viel für wenig Geld erhalten“. Neckermann hat einen Nerv getroffen. Schon das erste Geschäftsjahr bringt 18.000 Teilnehmer und acht Millionen Mark Umsatz. »

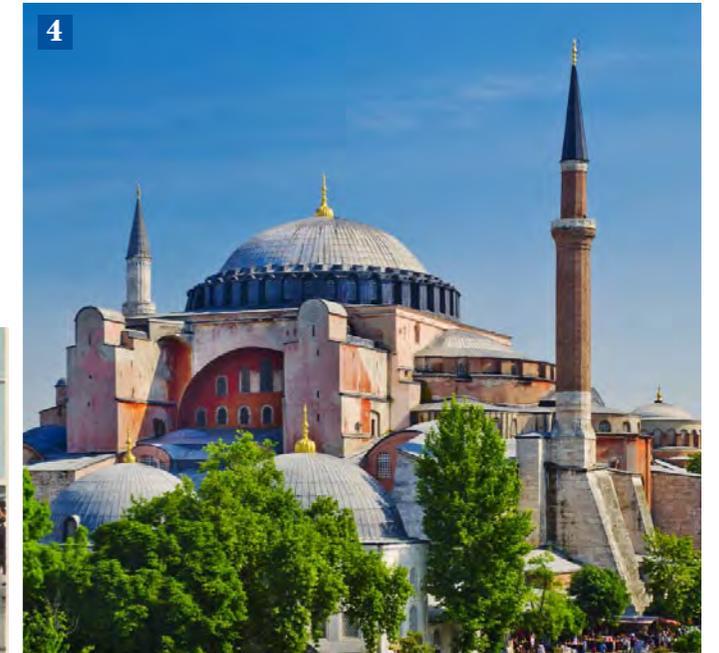
Revolutionär auf seine Weise: Josef Neckermann gilt als Erfinder der erschwinglichen Flugpauschalreise in Deutschland.



Mallorca ist in den 1960er Jahren der Urlaubstraum schlechthin. Viele Buchten wie die Cala San Vicente (Foto) sind noch nahezu unberührt.



2. Beirut gilt 1965 als echtes Traumziel.
3. Mit Propellermaschinen der Marke Vickers Viscount fliegt Neckermann nach Mallorca.
4. Erstmals im Katalog: Istanbul.



Auch Kreuzfahrten finden sich in den frühen Katalogen schon im Angebot.

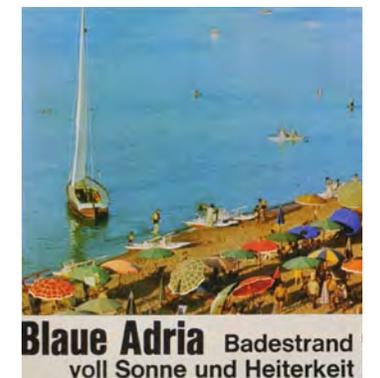
1964 Vom Anfangserfolg beflügelt, holt Josef Neckermann 1964 den umtriebigen Manager Herbert Haum in die Geschäftsführung, der das florierende Reisegeschäft weiter ausbauen soll. Zwar konzentriert sich das Angebot auch 1964 auf dieselben sechs Ziele wie im Vorjahr. Aber um die wachsende Nachfrage zu befriedigen, gibt es jetzt wöchentliche Abflüge in die Zielgebiete, und es sind dreiwöchige Reisen möglich. Außerdem bringt Neckermann seine Kunden nicht nur „Im Flug in den sonnigen Süden“ wie es in einer Anzeige heißt, sondern mit der Transilvania, dem „eleganten Mittelmeerschiff“, erstmals auch aufs Meer: Eine **Elf-Tage-Kreuzfahrt** durchs östliche Mittelmeer wird für sensationelle 400 Mark angeboten. Ein Preis, der selbst für Normalbürger bezahlbar ist. Immerhin liegt das durchschnittliche Monatseinkommen 1964 bereits bei 700 Mark, und der Wohlstand wächst rasant: Nachdem bereits 1963 das Bundesurlaubsgesetz jedem Arbeitnehmer Anspruch auf 20 Werktage Erholungsurlaub bei Lohnfortzahlung zusichert, haben 1964 Millionen Beschäftigte dank IG Metall sogar erstmalig **Anspruch auf Urlaubsgeld**. Und das wird am liebsten in Reisen von Neckermann investiert. Im zweiten Geschäftsjahr buchen bereits 35.000 Gäste ihren Urlaub bei Neckermann, mehr als beim bislang größten Veranstalter Touropa. Der „Außenseiter“ ist zum Branchenführer aufgestiegen.

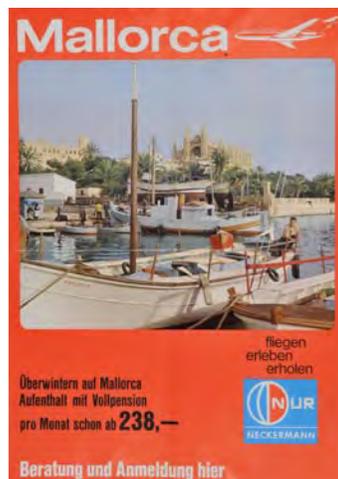
1965 Um der überaus erfolgreichen Reisesparte zu größerer Eigenständigkeit zu verhelfen, verwandelt Neckermann diese 1965 unter dem Namen Neckermann und Reisen (NUR) in einen selbstständigen Reiseveranstalter. Außerdem werden nun in den Neckermann-Warenhäusern 70 Reiseverkaufsstellen eingerichtet. Auch die Auswahl an Zielen wächst. Erstmals sind nun Griechenland, Istanbul und Ischia im Katalog, außerdem Rimini, bis dahin ein klassisches Bahn- oder Autoziel, das Neckermann „15 Tage alles inbegriffen“ für 313 Mark anbietet.

Der Knüller aber ist eine „**Fern- und Traumreise in den Libanon**“. Das Land ist seinerzeit eines der reichsten der Region und beliebte Sommerfrische von Promis wie Romy Schneider und Alain Delon. Erstmals wird dafür ein Düsenjet eingesetzt. Mit einer Boeing B-720 fliegt Neckermann seine Gäste nach Beirut, das „Paris des Nahen Ostens“, und quartiert sie 15 Tage lang für 745 Mark im vornehmen First-Class-Strandhotel Deauville ein. Dasselbe Haus hatte bei anderen Veranstaltern noch im Vorjahr mehr als 1000 Mark gekostet.

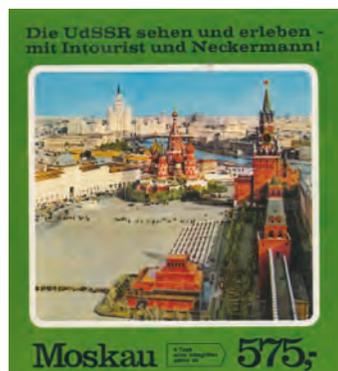
Kein Wunder, dass statt der erwarteten 2000 Urlauber mehr als 4500 den Libanon buchen. Am Ende des Geschäftsjahres kann NUR erneut eine **Verdoppelung der Buchungszahlen** vermelden und Geschäftsführer Herbert Haum den Journalisten verkünden: „Wir sind keine Außenseiter mehr.“ »

Rimini wird 1965 bei Neckermann ebenfalls erstmals angeboten.





Auf Mallorca finden sich schon 1966 Angebote für Überwinterer.



Exotisches Russland: Acht Tage Moskau bietet Neckermann 1966 für 575 Mark.

1966 Die Konzentration auf nur wenige Reiseziele wird 1966 zugunsten eines vielfältigeren Angebots aufgegeben. Insgesamt stehen nun 19 Ziele in 13 Ländern im Prospekt, der bereits in Sieben-Millionen-Auflage gedruckt wird. Außerdem wird die Zahl der Abflughäfen in Deutschland auf acht erhöht.

Größte Überraschung aber ist das von der Presse als „sensationell“ gefeierte Fernreisen-Angebot, mit dem die Neckermann-Manager erneut ihre Risikobereitschaft unter Beweis stellen. In Kooperation mit der Charterfluggesellschaft Globe Air wagen die Frankfurter erstmals regelmäßige Abflüge, sogenannte Flugketten, zu bis 14.000 Kilometer entfernten Zielen. Als erster Veranstalter bringt Neckermann damit im großen Maßstab Urlauber per Flugzeug nach Übersee. Neben **Safaris in Ostafrika** stehen Badeaufenthalte und Rundreisen in Ceylon (heute Sri Lanka), Japan, Mexiko, Thailand und Indien auf dem Programm. Besonders umfangreich ist das Angebot in Indien, wo gleich drei große Rundreisen angeboten werden. Schon für 2185 Mark können Abenteuerlustige unter der Obhut erfahrener Reiseleiter 17 Tage im Schlafwagenexpress durchs Land touren. Die **Maharadscha-Reise** „für extrem hohe Ansprüche“ kostet nur wenig mehr (2540 Mark). Bis dahin mussten Urlauber für vergleichbare Reisen rund 1000 Mark mehr bezahlen.

Großes Aufsehen erregt 1966 auch das Ägypten-Angebot, das Neckermann in Zusammenarbeit mit den ägyptischen Behörden ausgearbeitet hat und im Herbst- und Winterprogramm anbietet: „Die sensationelle Reise nach Ägypten bietet die Möglichkeit, sowohl die kolossalen Kulturdenkmäler Oberägyptens zu besuchen als auch im Roten Meer zu baden und zu fischen“, jubelt die „Zeit“ und schildert ihren Lesern die Programmvorstellung in Kairo: „Die Neckermann-Crew im Sheppard’s Hotel nahm das ungläubige Erstaunen (der Journalisten) über die außergewöhnlich niedrigen Preise in sportlicher Haltung entgegen.“ Angeboten werden drei Reisevarianten: **15 Tage Kairo** mit Vollpension für 689 Mark, eine 15-tägige „klassische Reise“ entlang des Nils von Kairo über Luxor nach Assuan für 829 Mark und zwei Wochen Badeferien in Hurghada für 769 Mark.

Und noch eine Überraschung hat Neckermann 1966 im Köcher: Mallorca-Fans bekommen erstmals die Möglichkeit, auf ihrer Lieblingsinsel zu überwintern, und das weit günstiger als zu Hause: **Drei Mallorca-Monate** in den Hotels Felip in Porto Cristo und Don Quixote in Can Pastilla, einem Vorort von Palma, werden für nur 747 Mark angeboten. Zimmer mit eigener Dusche kosten monatlich 26 Mark extra. Mit seinem neuartigen Programm trifft Neckermann wieder ins Schwarze. Noch einmal können die Frankfurter die Gästezahlen auf nun 130.000 verdoppeln. «



1. Die Pyramiden lässt sich auch in den 60ern kein Kairo-Besucher entgehen.
2. Als erster westdeutscher Veranstalter fliegt Neckermann 1966 die meisten Ziele auch ab Berlin an.
3. Mexiko ist nur eines der vielen Fernreiseziele 1966.
4. Teneriffa kommt 1966 neu ins Programm.



Die Mutter aller Reiseleiter

Theresia Schwittek hat den Aufstieg von Neckermann Reisen fast von Beginn an miterlebt. 26 Jahre arbeitete sie im Reiseleiteraußendienst und versorgte als „Mutter der Kompanie“ Tausende Reiseleiter und Animateure mit Informationen, Materialien und Zuwendung. Ein Portrait.



Resi Schwittek mit NUR-Geschäftsführer Rolf Pagnia zu ihrem zehnjährigen Betriebsjubiläum, an Bord der Taras Shevchenko und heute, 2012.

Als „freundliche Herren“ hat sie Josef und Peter Neckermann kennengelernt, „gefühlte 25 Umzüge“ miterlebt und viele Reisemoden kommen und gehen sehen. Fast 40 Jahre lang arbeitete „Resi“ Schwittek, die ihre Karriere 1968 als „graues Mäuschen im dunkelblauen Kostüm“ in der Personalverwaltung begann, für Neckermann Reisen. Seit 1980 war sie als Leiterin der Abteilung Zielgebietsservice unter anderem dafür zuständig, Reiseleiter in allen Kontinenten mit Informationen und Materialien zu versorgen. „Was gebraucht wurde, wurde von uns organisiert“, sagt sie. Und das war nicht wenig: Mal fehlten Broschüren für Ausflüge, mal musste eine Uniform ersetzt, mal ein persönlicher Brief überbracht werden. Dazu kamen die täglichen Hotel- und Flugauslastungslisten, die die Chefreiseleiter vor Ort benötigten. Wohl an die 250.000 Materialkoffer mögen es gewesen sein, die sie und ihre Mitarbeiter im Laufe der Jahrzehnte in alle Welt verschickt haben.

Reine Geschmacksache: Bermudas mit Blümchenmuster

„Größte logistische Herausforderung waren immer die Logo- und Uniformumstellungen“, erzählt Schwittek. Dreimal hat sie das miterlebt. Dann mussten bis zu 70 Ziele in kürzester Zeit mit Materialien bestückt und bis zu 1800 Reiseleiter von Kopf bis Fuß neu eingekleidet werden. Für die Herren gab es neue Sakkos und Krawatten, für die Damen Röcke, Blazer und Halstücher. Einmal waren auch Bermudas mit Blümchenmuster dabei. Die waren allerdings nicht sonderlich beliebt. „Viele Reiseleiter fanden, dass das albern aussah.“

Im Winter, wenn viele Hotels geschlossen waren, war Schwittek zudem für den bei Senioren so beliebten Club Schwalbe auf Mallorca zuständig. „Da habe ich dann Rentnerbands und Basteltanten organisiert und auch schon mal die Gymnastikleiterin des Deutschen Roten Kreuzes ein- und ausfliegen lassen“, erzählt sie. „Langweilig wurde es nie.“ Allerdings gab es auch die eine oder andere Enttäuschung. Etwa als ihr einmal die Aufgabe zufiel, die Gewinne für eine Tombola auszuwählen. „Als ersten Preis hatte ich eine Kreuzfahrt nach Spitzbergen vorgesehen. Der Gewinner hat diese dann gegen eine Reise nach Kärnten eingetauscht. Da war ich schon ein wenig gefrustet“, erzählt sie lachend.



1. und 2. Die Uniformen der Neckermann-Reiseleiter haben im Lauf der Jahrzehnte mehrfach gewechselt.
3. Die Zuneigung zu ihrer „Resi“ teilen ganze Reiseleiter-Generationen.



„Wenn ich alle meine Erinnerungen an einer Leine aufhängen würde, wäre diese nicht nur endlos lang, sie wäre auch extrem bunt“, sagt Resi Schwittek im Rückblick auf ein ganzes Berufsleben bei Neckermann Reisen. Allein die vielen Geschichten und Anekdoten, die sie bei ihren Telefonaten mit den Reiseleitern und Animateuren erfahren hat, würden Bücher füllen. Viele kannte sie persönlich von Seminaren und Meetings, deren Organisation ebenfalls in ihren Händen lag. Und mit vielen verband sie mehr als nur der Beruf. „Manche riefen auch einfach nur an, um persönliche Probleme zu besprechen und sich ein bisschen auszuweinen“, erzählt sie.

Wie eine große Familie: 700 Reiseleiter kamen zum Abschied

„Für mich war es immer wichtig, den Reiseleitern im Ausland das Gefühl zu geben, dass in Oberursel immer jemand für sie da ist, um größere und kleinere Probleme aus der Welt zu schaffen.“ Das brachte ihr nicht nur den Beinamen „Mutter Theresa“ ein, sondern auch große Sympathie. Zu ihrer Abschiedsparty im Januar 2006 kamen 700 Reiseleiter, Animateure, Mitarbeiter aus allen Ecken der Welt. Mit vielen pflegt Resi Schwittek heute noch Kontakt. Und auch mit vielen ehemaligen Geschäftsführern ist sie bis heute befreundet. „Neckermann Reisen war schon immer wie eine große Familie“, sagt sie. Eine Portion Wehmut schwingt darin mit. <<

Mit Einführung der Boeing B-747 werden Flugreisen in den 1970er Jahren endgültig zum Massenphänomen.



Mit dem Jumbo in die große weite Welt

Während in deutschen Großstädten eine neue Studentengeneration für neue Freiheiten auf die Straße geht, hat es sich der Großteil der Bevölkerung recht bequem in der Republik eingerichtet: Der Sommerurlaub ist Anfang der 1970er Jahre zum unverzichtbaren Bestandteil des Lebens geworden. Und immer mehr Deutsche suchen ihr Ferienglück in der Ferne. Bereits 1968 reisen mehr Bundesbürger ins Ausland als zu inländischen Urlaubszielen. 1973 wird Deutschland sogar „Reiseweltmeister“. Kein anderes Land schafft mehr Devisen ins Ausland als die Deutschen. Wer es sich leisten kann, fliegt nach Griechenland, Spanien oder in die Ferne – und mit Neckermann können es sich viele leisten. Dass sich der Flugtourismus so rasant entwickelt, ist aber nicht allein den immer günstigeren Preisen zu verdanken, sondern auch der technischen Entwicklung, insbesondere im Flugverkehr. Als Condor 1971 erstmals eine Boeing B-747 auf die Reise schickt, den berühmten Jumbo, der mit 480 Plätzen rund siebenmal so viel Kapazität bietet wie die bisherigen Propellerflieger, ist dem modernen Massentourismus endgültig der Weg gebnet.

1968 Trotz Mehrwertsteuer, die zum 1. Januar erstmalig in Deutschland erhoben wird, höherer Lohnkosten und gestiegener Flugpreise schafft es Neckermann 1968, seine Preise zu senken, und kann mit attraktiven Preisschlagern aufwarten. Grund dafür ist insbesondere die Abwertung der spanischen Pesete, die den Neckermann-Einkäufern echte Schnäppchen ermöglicht. **Spanien, das unangefochtene Lieblingsziel** der Deutschen, macht immerhin mehr als 40 Prozent am gesamten Reisekuchen aus. Zu den bewährten Zielen in Spanien nimmt NUR 1968 erstmals die Costa Blanca (Benidorm) sowie Gran Canaria in den Katalog.

Weitere Programmschwerpunkte sind Reiseziele am Schwarzen Meer, die ebenfalls bis zu 15 Prozent günstiger angeboten werden als im Vorjahr, und Tunesien. Das arabische Land, bereits seit 1963 im Katalog, wird unter dem Motto **„Glückliche Ferien unter Palmen“** angepriesen und mit „endlosen Sandstränden und einer französischen Speisekarte“ im Katalog beworben. Der Erfolg kann sich sehen lassen: Binnen Jahresfrist kann Neckermann die Besucherzahlen für Tunesien verdoppeln. »



Die Reiseziele werden immer vielfältiger und exotischer.

Rolf Pagnia war dem Unternehmen von 1968 bis 1990 verbunden und gehörte damit zu den dienstältesten Geschäftsführern bei NUR.

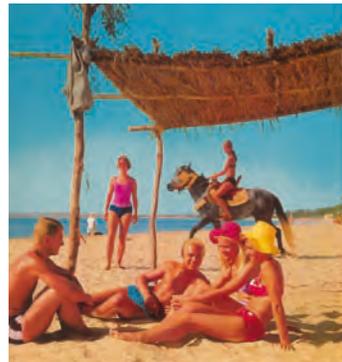


Der große Boom 1967-1973

In den 1960er Jahren tragen Neckermann-Reiseleiter noch rote Uniformen.



Immer mehr Ziele werden 1967 mit modernen Düsenjets angefliegen.



Der Bikini gehört zum Ende der 1960er Jahre überall zum Strandbild – auch auf Djerba.



Während sich die Urlauber noch an den Sonnenstränden aalen, arbeiten die Frankfurter „Möglichmacher“ bereits am nächsten Coup und zeigen sich wieder mal als Vorreiter: **Nach dem Vorbild der Modeindustrie** präsentieren sie in St. Moritz bereits im Sommer das Winterprogramm – damals noch völlig unüblich in der Branche. Passend zur Umgebung wird auch die neue Skischule vorgestellt, das erste „Aktiv-Angebot“ von Neckermann, das im Jahr darauf durch eine Segelschule ergänzt wird.

1969 Nachdem die Reisesaison 1967/68 erneut Zuwachsraten von 30 Prozent beschert hat, steht NUR 1969 endgültig an der Spitze: „NUR Neckermann und Reisen, der größte Flugtouristikveranstalter Europas“ – so steht's im Frühling-Sommer-Herbst-Prospekt 1969. Und schon wird ein neues „Ferienwunder an der russischen Schwarzmeerküste“ angekündigt. Den populären Schwarzmeerzielen in Rumänien und Bulgarien fügt Neckermann 1969 Sotschi und Pizunda an der russischen Riviera hinzu. Gleichzeitig wird das Fernreisen-Angebot weiter ausgebaut. Vor allem der Ferne Osten mit dem Drehkreuz Bangkok entpuppt sich immer mehr als Magnet. Deshalb bietet Neckermann Charterflüge nach **Fernost nun auch im Baukastenstil** an: Man fliegt nach Ceylon oder Bangkok und kann Anschlussprogramme nach Südindien oder Kambodscha, nach Bali oder Tokio hinzubuchen. Außerdem nimmt



Neckermann erstmals Burma (heute Myanmar) ins Visier, das bis dahin als eines der unzugänglichsten Länder Asiens gilt. 1970 lässt es erstmals Urlauber in größerem Umfang ins Land.

1971 Das neue Jahrzehnt beginnt für NUR so erfolgreich, wie das alte endet. Die pauschale Flugreise ist eine Volksbewegung geworden, und Neckermann fliegt vorneweg. Zum Beginn des Jahres liegt der Marktanteil bei rund 30 Prozent, und im Verlauf des Jahres kann Neckermann seinen **millionsten Fluggast** begrüßen. Allerdings wird der Wettbewerb zunehmend härter. Nachdem sich bereits 1968 die Veranstalter Touropa, Scharnow-Reisen, Hummel Reise und Dr. Tigges-Fahrten zur Touristik Union International (TUI) zusammengeschlossen hatten, steigt 1971 auch der Kaufhauskonzern Kaufhof in den boomenden Reisemarkt ein. Als Reaktion auf die neue Konkurrenz machen die Neckermann-Manager das, was bisher schon den Erfolg gebracht hat: Sie **senken erneut die Preise** und präsentieren ein umfangreicheres Programm denn je: 840 Hotels in 230 Ferienorten sind nun im Angebot, dazu die Kreuzfahrtschiffe Renaissance und Taras Shevchenko, die in der Karibik unterwegs sind, und die Transilvania, die in Mittelmeer und Schwarzem Meer kreuzt. Überwintern ist erstmals auch in Tunesien möglich und gleichzeitig günstiger denn je: Drei Monate Mallorca gibt es bereits für 670 Mark. Außerdem »

Ob Kreuzfahrt, Skiferien oder Strandurlaub – in immer umfangreicheren Katalogen bietet NUR seine Reisen an und macht Lust auf Urlaub.



1971 wird die neue Firmenzentrale am Baseler Platz bezogen.



1. Die Fidschi-Inseln zählen 1972 zu den neuen Zielen. 2. Nach Indien fliegt Neckermann jetzt per Jumbo.



Ab 1972 kooperiert NUR mit dem Reiseveranstalter GUT Reisen.

werden preisbewusste Familien mit zusätzlichen Kinderermäßigungen umworben. Was bereits am Schwarzen Meer zieht, gilt nun auch in Ostafrika: Kinder bis zu zwölf Jahren reisen außerhalb der Hochsaison umsonst, in allen anderen Zielgebieten gilt dies für Kinder bis zu sechs Jahren.

Die günstigen Angebote bewirken, dass **die Nachfrage förmlich explodiert**, und bringen NUR an die Grenzen seiner Kapazitäten. Obwohl 1971 erstmals große Jumbos viermal wöchentlich nach Mallorca und Malaga fliegen, muss Neckermann zwischen März und Mai 350 zusätzliche Spanien-Flüge chartern. Und auch das Wintergeschäft läuft hervorragend, nicht zuletzt, weil Weihnachten nun auch gern im Ausland verbracht wird. Am Ende buchen 1971 mehr als 568.000 Gäste ihren Urlaub bei Neckermann, ein Plus von fast 50 Prozent.

1972 Wie schon in den Vorjahren wird der Katalog, der nun 108 Seiten umfasst, 1972 um neue Ziele erweitert. Erstmals sind Südindien, Korea, die Philippinen, Australien, Neuseeland und die Fidschi-Inseln sowie die Karibischen Inseln im Programm. Wegen der boomenden Nachfrage nach Reisen in den Fernen Osten fliegt Neckermann ab November erstmals **mit dem Jumbo nach Delhi, Bangkok und Colombo**. Um eine noch höhere Auslastung bei Flügen und bessere Konditionen beim Hoteleinkauf zu erzielen, gehen die Neckermann-Manager außerdem eine Partnerschaft mit dem gewerkschaftsnahen Unternehmen GUT Reisen ein, mit dem sie zudem eine gemeinsame Flugleitstelle und Luft-Operationsabteilung in der NUR-Zentrale am Baseler Platz unterhalten. Zwar reichen die Buchungszuwächse des Geschäftsjahres 1972 nicht an die des Vorjahres heran – am Ende steht ein Gästeplus von knapp 17 Prozent. Aber in der Frankfurter Zentrale ist man ganz froh über die Abkühlung. Denn eine Fortsetzung des Booms von 1971 wäre kaum mehr zu bewältigen gewesen.



3. Die Condor-Flugbegleiterinnen haben einen stilvollen Auftritt. 4. Entspanntes Strandleben im Club Aldiana Senegal. 5. Auch nach Kenia ging es in den 1970er Jahren schon mit Neckermann – Safari nicht ausgeschlossen.

1973 Der gesellschaftliche Wandel durch **Studentenbewegung und Hippiekultur** zeigt Anfang der 1970er Jahre auch Wirkung auf das Reiseverhalten. Vor allem die junge Generation will nicht nur am Strand liegen, sondern im Urlaub etwas erleben, aktiv sein und vor allem Spaß haben. Um dieses Bedürfnis zu befriedigen, steigt NUR 1973 in das Geschäft mit den Ferienclubs ein und öffnet nach dem Vorbild des französischen Clubs Méditerranée am schönen Strand von Nianing im Senegal das erste Clubdorf, den Club Aldiana. Der Name – **„der Ort, an dem die Glücklichen leben“** – ist Programm. Die bis zu 600 Gäste wohnen in strohgedeckten „Rundalows“ (Rund-Bungalow), es gibt Segelboote, Reitpferde und Tennisplätze und ein spezielles Club-Programm, das dafür sorgt, dass keine Langeweile aufkommt und niemand allein bleibt. Bezahlt wird mit einer Art Kreditkarte, die Bargeld im Club überflüssig macht und die die Gäste im ledernen Brustbeutel um den Hals tragen. Ohne es darauf anzulegen, ist der Club Aldiana, dem eine Hotelfachschule angeschlossen ist, auch ein Entwicklunghilfeprojekt. Denn für die Republik Senegal nimmt mit dem Clubdorf der Tourismus seinen Anfang. <<

„Reisen per Post gebucht“

Gerd Növermann ist ein Mann der ersten Stunde. Seit 47 Jahren verkauft sein Reisebüro Reisen von Neckermann. Er selbst hat die großen Umbrüche im Vertrieb an vorderster Front miterlebt. Im Interview sagt er, wie sich Technik und Beratung im Lauf der Zeit verändert haben.



Reisebüro-Inhaber Gerd Növermann in seinem Büro. Er kennt die Buchungstechnik von Anfang an.

Herr Növermann, können Sie sich erinnern, wann Sie zum ersten Mal einen Reisekatalog von Neckermann in der Hand hatten?

Das muss 1966 gewesen sein. Mein Vater hatte ein Jahr zuvor parallel zu seinem Busbetrieb ein Reisebüro in Mettmann eröffnet und Ende 1965 einen Agenturvertrag mit Neckermann geschlossen. Ich selbst habe meine erste Neckermann-Reise nach der Ausbildung zum Reisebüro-Kaufmann und der Übernahme des elterlichen Reisebüros verkauft. Das war 1974. Damals war der Vertrieb noch völlig anders organisiert. Auf der einen Seite gab es die großen Reisebüros, die überwiegend die Angebote der klassischen Veranstalter wie Touropa, Scharnow, Dr. Tigges (später TUI) vermittelten, und auf der anderen Seite die kleinen, sogenannten freien Reisebüros, die Reisen von Anbietern wie Neckermann und Reisen, später auch GUT-Reisen und Terramar in ihrem Angebot hatten. Als Reisebüro durfte man diese Veranstalter nicht gemeinsam vertreten. Das änderte sich erst mit der Liberalisierung Anfang der 1990er Jahre.

Wie liefen die Reisebuchungen damals ab?

Wir Reisebüros bekamen damals von NUR wöchentliche Vakanzlisten zugeschickt, in denen die freien Plätze verzeichnet waren. Die Anmeldeformulare für die Reise wurden dann per Post oder, wenn man eines hatte, per Fax mit dem Vermerk „lt. Vakanz Nr. x frei“ zum Veranstalter geschickt. Innerhalb einer Woche kam dann die Bestätigung, die man an den Kunden weitergeleitet hat. Später wurden dann die Microfiche eingeführt. Mit Hilfe eines Lesegeräts konnte man dann erkennen, ob ein Flug oder Hotel frei war. Nachdem die Veranstalter eigene Bezirkszentralen gegründet hatten, wurde dann natürlich auch vieles telefonisch gebucht. Denn die großen Veranstalter hatten ja Mitte der 1970er Jahre schon richtige Computer.

Wann ging es im Reisebüro mit der elektronischen Buchung los?

Bei uns fing es in den 1980er Jahren an mit einem BTX-fähigen Fernseher, der im Büro aufgestellt wurde und an dem jeder Mitarbeiter seine Buchungen eingeben konnte. Die große Revolution kam dann wenig später mit dem Computer-



Vor der Vertriebsliberalisierung 1994 durften NUR-Reisen nur in ausgewählten Büros verkauft werden.



1. und 2. Bildschirmarbeitsplätze in NUR-Reisebüros in den 1970er Jahren. 3. Mit solcher Werbung zog Neckermann damals die Urlaubswilligen in die Reisebüros.

reservierungssystem Start, das die Buchung viel schneller und sicherer machte. Heute ist verloren, wer die Technik nicht beherrscht, wobei man sagen muss, dass das Buchungssystem bei Neckermann zwar immer weiterentwickelt, aber die Grundstruktur nicht geändert wurde. Dadurch können auch Mitarbeiter, die längere Zeit nicht im Verkauf waren, mit der Buchungsmaske gut arbeiten.

Wie hat sich die Beratung im Laufe der Jahrzehnte verändert?

In den früheren Jahren wurde viel nach Gefühl beraten. Wenn man die Kundenwünsche erfragt und gute Zielgebietkenntnisse hatte, konnte man die Kunden auf ein Gebiet oder auf bestimmte Hotels hinlenken, die man selbst kannte oder über die Erfahrungswerte vorlagen. Dann kam die Zeit, wo der Kunde genau wusste, was er wollte. Beratung war dann oft nur bei Fern- oder Last-Minute-Reisen gefragt. Heute machen sich die Kunden vorher im Internet schlau und suchen dann, wenn sie unsicher sind, weitere Beratung im Reisebüro. Seit zwei Jahren beobachten wir, dass viele Kunden, nachdem sie eine Weile via Internet gebucht hatten, dem Reisebüro wieder den Vorzug geben, ganz einfach, weil es durch die neutrale Beratung viel zeitsparender ist. Deswegen bin ich auch ausgesprochen zuversichtlich, dass neben guten Reiseprodukten gute Beratung auch in Zukunft das A und O im Reiseverkauf sein wird. <<

Schon in den 1970ern online

1971 revolutioniert Neckermann den Vertrieb und führt als erster Veranstalter ein elektronisches Buchungssystem ein. Über spezielle Monitore werden nun bis zu 8000 Buchungen täglich in den IBM-Großrechner eingegeben. Mitte des Jahrzehnts können dann auch die externen Mitarbeiter in den NUR-Reisebüros und regionalen Buchungszentralen, später auch freie Reisebüros, elektronisch buchen. Über ein spezielles Online-Leitungsnetz (hieß damals schon so) der Telekom werden die Buchungsdaten direkt in den Zentralrechner eingespeist.

SOMMER 1976

Urlaub nur für uns!

NUR FÜR JUNGE LEUTE VON 18 BIS 33

Für Urlaubsspaß der lässig-jugendlichen Art steht der Club 28.

Buchungsboom trotz Wirtschaftsflaute

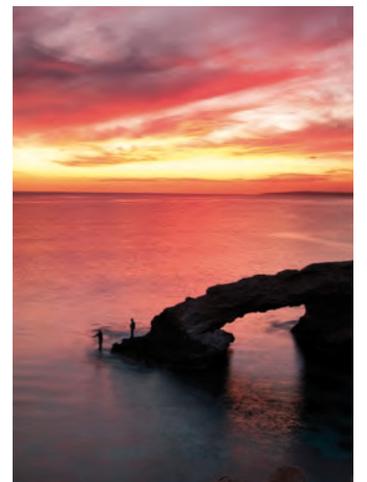
Nach zwei Jahrzehnten fast stetigen Aufschwungs stößt das Wirtschaftswachstum zu Beginn der 1970er Jahre erstmals an seine Grenzen. Grund ist vor allem der rasant steigende Ölpreis, der 1973 zur ersten Ölkrise führt und eine weltweite Rezession auslöst. In nur wenigen Jahren steigt die Arbeitslosigkeit in Westdeutschland von fast null auf knapp fünf Prozent im Jahre 1975. Der Reiselust der Bundesbürger tut selbst das keinen Abbruch. Auf dem Höhepunkt der Wirtschaftsflaute reisen die Deutschen wie noch nie. Allerdings ist die steigende Arbeitslosigkeit nicht der einzige Schatten, der sich über die Sonnenschein gewöhnte Reisebranche in den 1970er und 1980er Jahren legt. Es tauchen ganz neue Herausforderungen auf. Doch auch die werden von Neckermann Reisen mit Bravour gemeistert.



Erstmals muss Neckermann Reisen 1974 wegen des steigenden Ölpreises einen Treibstoffzuschlag erheben.

1974 Der Reisesommer 1974 beginnt dramatisch: Am 19. Juli fallen türkische Truppen in den Norden der Badeinsel Zypern ein und besetzen große Teile des Eilands. Sämtliche Urlauber müssen fluchtartig das Land verlassen und die Reiseveranstalter ihre erste große Bewährungsprobe bestehen: In einer beispiellosen Gemeinschaftsaktion organisieren sie mit eiligst gecharterten Flugzeugen die Evakuierung der Insel. NUR-Chefreiseleiter Peter Boritsch, der mit dem letzten Flieger die Insel verlässt, stellt persönlich sicher, dass kein Tourist zurückbleibt. Zudem bietet Neckermann den betroffenen Gästen an, sie kostenlos umzuquartieren – ohne dazu verpflichtet zu sein. Am Ende bringt die spektakuläre Rettungsaktion einen großen **Vertrauenszuwachs für die Pauschalreise** und ganz besonders für Neckermann.

Eine weitere Herausforderung, wenn auch nicht annähernd so dramatisch, stellt 1974 der sprunghaft gestiegene Ölpreis dar, der die Kalkulation der Reisepreise über den Haufen wirft. Zum ersten Mal in der Geschichte des Flugtourismus sehen sich die Veranstalter gezwungen, einen Treibstoffzuschlag »

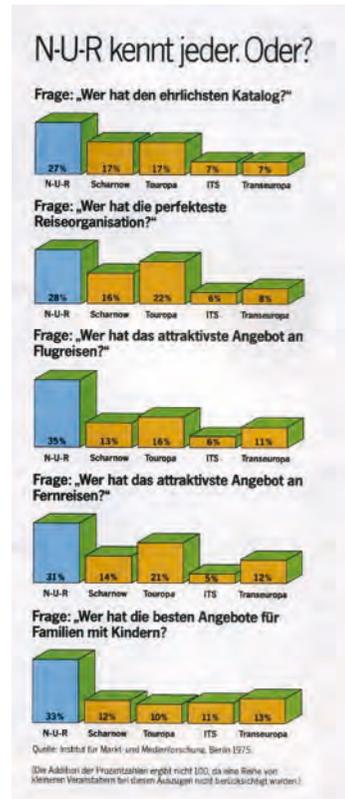


Für den Zypern-Tourismus geht 1974 vorübergehend die Sonne unter. »

Bunte Katalogvielfalt in den 1970ern:
Urlaub für alle und eine Weltreise.



1. Besonders hoch in der Gunst der Urlauber steht 1975 Gran Canaria.
2. Auch Reisen zu exotischen Zielen wie Tahiti bietet Neckermann in den 1970er Jahren an.
3. Bangkok zählt zu den gefragten Zielen in Fernost.



zu erheben. Für den Flug nach Mallorca berechnet Neckermann 35 Mark extra, Flüge nach Fernost kosten 89 Mark zusätzlich, in die USA 120 Mark. Doch selbst diese Preiserhöhung kann die Urlauber nicht von ihrer lieb gewonnenen Urlaubsreise abhalten. Am Ende des Jahres kann Neckermann 14 Prozent mehr Urlauber verbuchen. **Besonders gefragt sind Fernostreisen**, die Neckermann so günstig wie noch nie anbietet: Eine Woche Bangkok mit Hotel ist bereits für 1140 Mark zu haben, ein Drittel dessen, was ein Linienflug kostet. Um den Gästen die Ankunft im Fernen Osten noch komfortabler zu gestalten, wickelt Neckermann die Einreiseformalitäten nun schon während des Fluges ab.

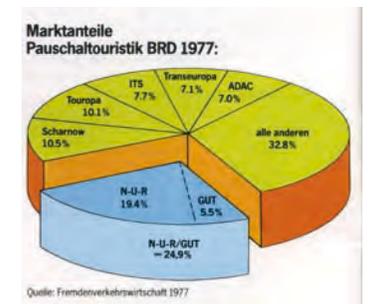
1975 Die schwere Wirtschaftskrise, die Deutschland fest im Griff hat, lässt die Arbeitslosigkeit zur Mitte des Jahrzehnts auf einen Rekordwert steigen und die Reiseunternehmen nichts Gutes ahnen. Doch während sich die NUR-Manager noch um einen Einbruch der Reisekonjunktur sorgen, machen es die deutschen Reiseweltmeister wie immer: Sie buchen wie verrückt. Die Tourismusbranche erlebt das umsatzstärkste Jahr ihrer bisherigen Geschichte. „Reise-Rekord“, titelt der Spiegel. „Aus der Flaute in die Ferien“. Am Ende des Jahres steht auch bei Neckermann ein Plus von 22 Prozent, und das trotz gestiegener Hotel- und Flugkosten.

Renner der Saison ist die Kanaren-Insel Gran Canaria, die 1975 einen Buchungsanstieg von rund 80 Prozent verzeichnet. Größte Aufmerksamkeit

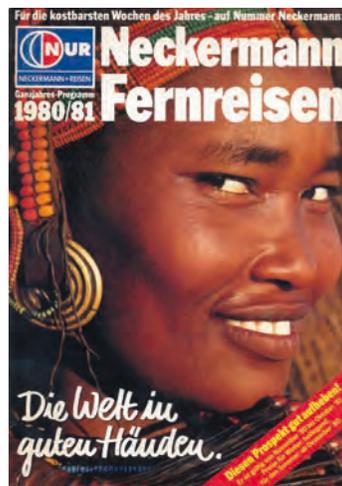
aber erregt eine Kreuzfahrt: Mit der Maxim Gorki, einem ehemals deutschen Luxusliner, der jetzt unter russischer Flagge auf den Weltmeeren unterwegs ist, schickt Neckermann zahlungskräftige Gäste auf **Weltreise – für 4389 Mark in 80 Tagen** (elf Wochen) um die Welt.

Erstmals bietet NUR außerdem in einem eigenen Prospekt Reisen des Jugendreiseveranstalters Club 28 an, der bereits seit 1972 zum Unternehmen gehört. Das Konzept richtet sich speziell an eine feierwütige, sportlich-aktive und kontaktfreudige Jugend, entsprechend ist die Ansprache: **Das „Feeling“ im Club ist „wahnsinnig gut“**, „dufte“ und „echt“, die „Welcome-Party“ geht „locker über den Hocker“. Im Programm finden sich 14 Clubs in zehn Zielgebieten und fünf Ländern. Außerdem veranstaltet Club 28 Piratenfahrten vor der dalmatinischen Küste (Slogan: „Wind, Zupacken, Toleranz, Nähe und Wärme“), einige Busreisen und sogar eine einwöchige Kreuzfahrt mit der Maxim Gorki.

1976 Das Jahr 1976 bringt eine Veränderung in der Unternehmenszentrale am Baseler Platz. Nachdem die Neckermann Versand AG wirtschaftlich ins Straucheln geraten ist, übernimmt der Karstadt-Konzern das Neckermann-Imperium einschließlich NUR. Die neuen Manager machen sich sofort daran, die prosperierende Reisesparte weiter auszubauen. Unter anderem werden Reisen von Neckermann nun zusätzlich über Hunderte Verkaufsstellen in den Karstadt-Warenhäusern vertrieben. Außerdem »



Ein Viertel des Reiseumsatzes entfällt 1977 auf NUR und das 1976 übernommene GUT Reisen.



NUR-Reisekataloge Anfang der 1980er Jahre. Flug- und Fernreisen werden erstmals weniger gebucht.



Das neue Logo der Dachmarke NUR-Touristic, unter der ab 1983 ein Mehrmarkenkonzept verfolgt wird.

bietet Neckermann Reisen 1976 neben Flugreisen erstmals auch Bahnpauschal- und Autoreisen sowie organisierte Busreisen in einem eigenen Katalog an. Per Reisebus geht's unter anderem ins schöne Zillertal und an den Gardasee sowie auf verschiedene Rundreisen und Städtetouren. In den Folgejahren wird das Programm noch um Fahrten ins Disneyland Paris, Ski-Bustouren nach Tirol und Eventreisen erweitert.

1977 Die Zypern-Krise hatte gezeigt, wie verwundbar der Massentourismus durch politische Krisen ist. Im Oktober 1977 kommt es zu einer weiteren schweren Prüfung der Branche, als ein palästinensisches Terrorkommando die Lufthansa-Maschine Landshut auf dem Weg von Mallorca nach Frankfurt entführt und Passagiere und Besatzung als Geiseln nimmt. Erst die Sturmung der Maschine durch ein Bundeswehr-Spezialkommando beendet das Drama, das für die Passagiere glücklicherweise unblutig zu Ende geht. Dennoch sind deutsche **Urlauber im höchsten Maße verunsichert** und stornieren reihenweise Flugreisen. Vor allem das Mallorca-Geschäft bricht ein, aber auch andere Ziele leiden. Um das Vertrauen in den Luftverkehr so schnell wie möglich wiederherzustellen, drängen die Reiseveranstalter die Bundesregierung, für bessere Sicherheitsmaßnahmen an deutschen Flughäfen zu sorgen. Weil es den Entführern gelungen war, Waffen an Bord zu schmuggeln, werden Urlauber, die vorher nur sporadisch gecheckt wurden, von nun an systematisch auf Waffen untersucht. Diese Maßnahme – gepaart mit der Kraft des Vergessens – trägt maßgeblich dazu bei, das Vertrauen der Urlauber in den Flugverkehr wiederherzustellen. Bereits im Folgejahr verzeichnet Neckermann einen Buchungszuwachs von 16 Prozent, 1979 sind es sogar 24 Prozent. Erstmals fahren jetzt mehr als eine Million Gäste mit NUR in den Urlaub. Ein neuer Rekord.

1982 Anfang der 1980er kommt es aufgrund der stetig steigenden Arbeitslosigkeit erstmals in Deutschland zu einer allgemeiner Tourismusflaute. In der Feriensaison 1983 fahren rund zwei Millionen Westdeutsche weniger in den Urlaub als drei Jahre zuvor. Auch bei Neckermann fällt die Gästezahl auf einen Tiefstwert. Vor allem Fernreisen sind vielen Urlaubern zu teuer geworden. Die Touristikmanager der Konzernmutter Karstadt nutzen die Flaute für eine **Neuorganisation der Reisesparte**. Neckermann und Reisen wird 1983 durch die neue Dachmarke NUR Touristic ersetzt, unter der nun ein Mehrmarken-Konzept verfolgt wird. Nachdem die Karstadt-Führung erfolglos versucht hatte, Neckermann Reisen für ein anspruchsvolleres Publikum zu öffnen, soll die Marke jetzt wieder stärker als Preiswertveranstalter positioniert werden. Gleichzeitig wird die neue **Marke Terramar als Premiumanbieter** ins Leben gerufen.



1. Die Türkei erlebt 1985 einen regelrechten Buchungsboom.
2. Erstmals findet sich Kuba in den Katalogen.

1985 Neckermann bietet 1985 wieder konsequent „Urlaubsqualität zum günstigen Preis“ und das umfangreicher denn je: Mit sechs Katalogen (Ferienwohnungen, Flug-, Fern-, USA/Kanada-, See- und Bahn/Auto-Reisen) und einem Malaysia-Sonderprospekt startet man in die Sommersaison. Von 14 deutschen Flughäfen werden 35 Feriengebiete angefliegen, darunter erstmals Kuba. Bei den 109 Kreuzfahrten mit neun Schiffen finden sich Alaska- und Nordkap-Kreuzfahrten neu im Programm. Der **wachsenden Nachfrage nach Aktivurlaub** kommt Neckermann außerdem mit zahlreichen neuen Angeboten entgegen, vom Bergwandern auf Mallorca bis zu Tennis-, Reit- oder Wassersportkursen in den 41 unternehmenseigenen Sportschulen. Für die größte Überraschung der Saison sorgt die Türkei. Jahrelang als touristischer Ladenhüter belächelt, erfährt das Land am Bosphorus eine Nachfrage wie noch nie, die sich bei Neckermann in einer Verdoppelung der Buchungszahlen niederschlägt. Die Nachfrageexplosion löst an den türkischen Stränden einen regelrechten Bauboom aus, der auch dazu führt, dass die Türkei in den nächsten zwei Jahrzehnten in die Riege der beliebtesten Urlaubsziele aufsteigt.

1986 Um die Konsolidierung des Unternehmens weiter voranzutreiben, verpflichtet das NUR-Management 1986 **Wolfgang Beeser als neuen Touristikchef**. Der gelernte Reiseleiter, der seit 1977 den internationalen Hoteleinkauf bei NUR leitet, stellt den Markenkern von Necker- »

Wolfgang Beeser wird 1986 neuer Neckermann-Touristikchef. Er positioniert die Marke wieder konsequent als Preiswertveranstalter.





1987 gibt es einen extra Sparreisen-Katalog. Auch der Jubiläumskatalog überrascht mit Preisknallern.



Hermann Kratz, 1972 bis 1993 Geschäftsführer bei NUR. Unter seiner Ägide fährt das Unternehmen 1986 eine „Rekordernte“ ein.



mann Reisen als Preiswertanbieter nun noch konsequenter in den Mittelpunkt. Zur großen Überraschung der Branche führt er mit „Neckermann Sparreisen“ 1987 sogar eine zusätzliche Preiswertmarke ein, die ausschließlich günstige Pauschal-Trips nach Spanien, Tunesien und Griechenland anbietet. Diese werden „**im Schnitt etwa 200 Mark billiger** als vergleichbare Angebote“ präsentiert, wie Neckermann-Geschäftsführer Hermann Kratz den Journalisten stolz verkündet. Was schon in den Gründerjahren des Unternehmens funktionierte, zieht auch diesmal. Die Rückkehr zur Marke Neckermann als Synonym für preisgünstigen Pauschalurlaub lässt das Geschäftsjahr 1986/87 für die NUR Touristic zum erfolgreichsten der bisherigen Unternehmensgeschichte werden. Die Buchungen steigen um knapp 20 Prozent auf 1,16 Millionen und erreichen damit Rekordhöhe. Beste Voraussetzungen für ein rauschendes Firmenjubiläum.

1988 Im Januar feiert die NUR Touristic ihr 25-jähriges Bestehen. Neben einer Jubiläumsreise ins marokkanische Agadir legt das Unternehmen einen Sonderprospekt mit **64 Jubiläumsangeboten in 20 Zielgebieten** auf – mit Preisen, die noch einmal um 20 Prozent günstiger sind als bisher. Eine Woche Österreich ist bereits für 99 Mark, eine Woche Südfrankreich ab 249 Mark zu haben. Erstmals werden außerdem „krumme“ Urlaubszeiten eingeführt: Statt nur Ein- oder Zwei-Wochen-Aufenthalte können Urlauber bei Neckermann jetzt auch neun, zehn, elf oder zwölf Tage Urlaub buchen. «



1. Agadir in Marokko ist 1988 Ziel der Neckermann-Jubiläumsreise. 2. Wandern und andere Arten von Aktivurlaub sind Mitte der 1980er Jahre stark im Kommen. 3. Die griechischen Inseln sind Klassiker im Neckermann-Angebot. 4. Ibiza ist eines der Ziele der Marke Neckermann Sparreisen, die 1987 eingeführt wird.

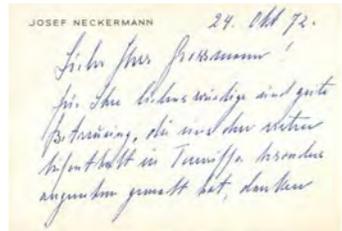
Ein Koffer voll Erinnerungen

Tausende Mitarbeiter sind und waren für Neckermann Reisen in aller Welt im Einsatz – ob als Reiseleiter, Animatoren oder im Vertrieb. Die Geschichten, die sie bei ihrer täglichen Arbeit erlebt haben, würden ganze Bibliotheken füllen.

Drei Erinnerungen stehen exemplarisch für 50 Jahre Reisefieber.



Bernd Grossmann (Mitte) war von 1969 bis 1981 bei NUR weltweit als Reiseleiter und Chefreiseleiter im Einsatz. Hier bei einem Reiseleitertreffen Ende der 1960er Jahre.



Dank von Josef Neckermann an Bernd Grossmann „für die liebenswürdige Betreuung“.



Michael Schaake (links) war von 1972 bis 1988 als Animator und Chefreiseleiter in aller Welt unterwegs. Hier auf der Maxim Gorki 1975.

„In Bangkok war ich mit Curd Jürgens essen“

Meinen ersten Einsatz als Reiseleiter hatte ich 1969 in Mamaia, Rumänien, damals eines der Top-Ziele bei NUR. 1970 wurde ich dann Chefreiseleiter auf Mallorca, wo ich den Club Schwalbe mit aus der Taufe gehoben habe. Das war eine andere Zeit damals: In Porto Cristo stand seinerzeit das einzige Touristikhôtel mit einer Heizung. Der Massentourismus wurde damals ja erst entwickelt. Wir Reiseleiter haben neben der Gästebetreuung vieles selbst gemacht, manchmal sogar die Hotelpreise ausgehandelt. Anschließend war ich noch in vielen anderen Ländern eingesetzt. Als Chefreiseleiter auf Teneriffa habe ich Josef Neckermann kennengelernt, der mit Frau Annemarie mehrmals seinen Urlaub dort verbrachte. Er wohnte im Grand Hotel Puerto de la Cruz. Mein Büro lag unten am Hafen. Neckermann ging dort gerne spazieren und sah, dass ich abends um zehn noch arbeitete. Seine Reaktion: „Das sind die Mitarbeiter, die mein Unternehmen groß gemacht haben!“ Er hat sich dann mit einer Postkarte und einer Essenseinladung für den persönlichen Service bedankt. In Bangkok war ich einmal mit Curd Jürgens essen. Als Zielgebietschef hatte man ja auch mit der VIP-Betreuung zu tun. Jürgens war auf Kosten von Neckermann Reisen eingeladen. Er bestand aber darauf, selbst die Rechnung zu übernehmen. Er wusste, dass er nicht zu bezahlen brauchte. Es setzte seine Unterschrift quer über die Rechnung. Die wurde dann gerahmt und aufgehängt. Bernd Grossmann

„Urlauber hatten kaum Reiseerfahrung“

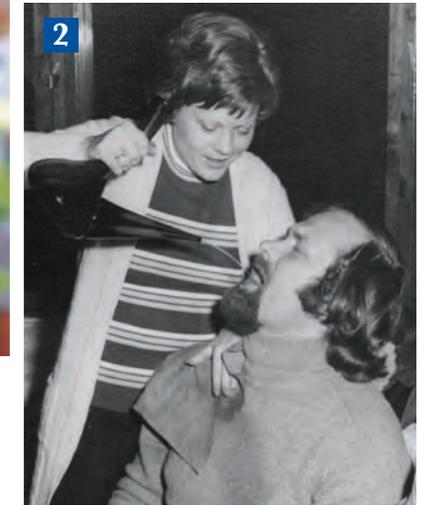
Als ich mich 1972 mit 24 Jahren dazu entschied, Reiseleiter zu werden, war das noch ein absoluter Traumjob wegen der Fernreisen, die damals noch nicht so alltäglich waren wie heute. Dafür habe ich sogar mein Studium abgebrochen. Wahrscheinlich hätte ich es als solider studierter Akademiker karrieremäßig weitergebracht, aber ich habe mich halt anders entschieden – ohne nachträgliches Bedauern. Meine Zeit bei Neckermann gehört definitiv zu den schönsten in meinem Leben. Ich habe so viele Länder kennengelernt und so viel erlebt, dass ich ganze Bücher darüber schreiben könnte. Die Urlauber waren ja da-



mals längst noch nicht so reiseerfahren wie heute. Alles war viel abenteuerlicher, und die Reisegruppen waren kleiner. Besonders aufregend waren für mich die Jahre als Chefreiseleiter und Chefanimateur in Westafrika und im Club Aldiana im Senegal. Das war damals ja für alle Beteiligten etwas ganz Neues und musste erst erprobt werden. Noch einmal anders war die Tätigkeit als Reiseleiter auf dem Schiff. Die Jungfernfahrt mit der Maxim Gorki 1975, auf der auch Junior-Chef Peter Neckermann mit an Bord war, und meine Zeiten als Kreuzfahrt-Direktor auf der Felix Dzerzinsky und der Dona Montserrat in Fernost gehören zu den schönsten Erlebnissen meiner Karriere. Michael Schaake

„Viele Reisebüros riefen aus der Telefonzelle an“

Nach der Wende suchte man bei Neckermann Reisen dringend Personal für die neue Bezirkszentrale Ostberlin. Also habe ich eine Bewerbung geschrieben und wurde gleich genommen. Meinen Dienst fing ich im Juli 1990 an, zunächst ohne Arbeitsvertrag, weil man nicht wusste, wie man uns DDR-Bürger einstellen sollte. Unsere Zentrale war für die Buchungen sämtlicher Reisebüros der DDR zuständig. Die Nachfrage der Ostdeutschen nach Reisen war unbeschreiblich, die Buchungsabwicklung ziemlich abenteuerlich. Elektronische Buchungsmöglichkeiten gab es in der DDR ja noch nicht. Viele Reisebüros hatten nicht einmal ein Telefon. Die Mitarbeiter riefen dann aus der Telefonzelle bei uns an. Wenn das Kleingeld alle war, wurde kurz aufgelegt und Nachschub besorgt. Mitarbeiter, die nicht durchgekommen waren, standen abends in langen Schlangen bei uns vor der Tür, um ihre Buchungen aufzugeben. Waren Angebote ausgebucht, haben sie oft über die Köpfe der Kunden hinweg umdisponiert und ein anderes Hotel oder sogar Ziel gebucht. Denn die Leute wollten nach der Wende unbedingt verreisen und waren gern zu Kompromissen bereit. Hauptsache ans Mittelmeer, möglichst Mallorca, hieß die Devise. Martina Baumgart <<



1. Michael Schaake sorgt mit seiner Gitarre für Stimmung.
2. Bernd Grossmann „prüft“ die Qualität des Weines, Winter 1970.



1990 war Martina Baumgart Mitarbeiterin der ersten Stunde in der Bezirkszentrale Ostberlin (oben). Heute leitet sie das Thomas Cook-Servicecenter in Oberursel.



Die 1997 gemeinsam mit Rudi Völter gegründete Fußballschule auf Mallorca wird ein Riesenerfolg. Besonders beliebt: Autogramme vom Fußballstar persönlich.

Die Wiedervereinigung weckt neue Wünsche

Nachdem am 9. November 1989 DDR-Politbüromitglied Günter Schabowski die Öffnung der DDR-Grenzen verkündet hat, befinden sich die Deutschen im kollektiven Wiedervereinigungstaumel. Sie wählen „Reisefreiheit“ zum Wort des Jahres, und die Wende löst eine Reisewelle aus, wie es sie seit den Gründerzeiten des Tourismus nicht mehr gegeben hat. DDR-Bürger, die sich bislang auf Reisen in die sozialistischen Bruderstaaten beschränken mussten, wollen nun endlich – wie bei den Montagsdemos gefordert – „visafrei bis nach Hawaii“. Zwar führen die meisten Reisen zunächst in die alten Bundesländer oder auf Zweitages-Busreisen in europäische Metropolen, doch auch fernere Ziele wie Tunesien, Griechenland oder die USA stehen hoch im Kurs. Die Westdeutschen zieht es indes immer weiter in die Ferne – in die Dominikanische Republik oder nach Asien, und das billiger denn je. Der Last-Minute-Boom wird zum Phänomen des Jahrzehnts, während gleichzeitig die Ansprüche der Urlauber und der Trend zur Individualisierung mit jedem Jahr steigen.



Der Mauerfall bringt den Ostdeutschen die lang ersehnte Reisefreiheit.

1990 Neckermann macht's jetzt auch im Osten möglich: Schon bei der ersten Pressekonferenz am 7. April 1990 in der noch bestehenden DDR stellt die NUR Touristic den ersten Sonderkatalog „Für Reisebüros in der DDR“ vor. Wenige Monate später verkaufen neben 250 freien auch 14 eigene NUR-Reisebüros Reisen in den neuen Bundesländern. Die Reiselust der Ostdeutschen ist unbeschreiblich: Vor allem Ziele rund ums Mittelmeer, allen voran Mallorca, sind gefragt. **Neckermann verdoppelt flugs seine Katalogauflage** und stellt Zehntausende zusätzliche Hotelbetten und Flugsitze zur Verfügung. Bereits im ersten Jahr der Wiedervereinigung starten außerdem erstmals große Charterflieger von Leipzig nach Monastir und bringen Tausende Touristen direkt an die tunesischen Sonnenstrände. Vom thüringischen Erfurt aus fliegt Neckermann direkt nach Kreta, aber auch Kenia und vor allem die USA stehen bei vielen Ostdeutschen hoch im Kurs. »



Mallorca bleibt auch nach der Wende die Lieblingsinsel der Deutschen.



Die neue Unternehmenszentrale in Oberursel wird 1992 bezogen. 1997 folgt ein Erweiterungsbau.

Die Logos von 1963 bis 2013



Im ersten Logo taucht der Partner Hotelplan auf. 1965 hat das Kürzel N-U-R seinen Auftritt.



1966 kommt der Globus zum Logo. Er bleibt in dieser Form bis 1970.



Das Kürzel NUR im Globus hält sich bis 1982 in den Logos.



Von 1983 bis 1995 gilt dieses Logo.



Seit 1996 steht das gelbe „N“ für die Marke Neckermann. 2002 wird das Blau prominenter.

1992 Die ersten beiden Jahre der Wiedervereinigung versetzen die gesamte Reisebranche in einen Ausnahmezustand. Durch die schnelle und beherzte Reaktion auf die explodierende Nachfrage und seine günstigen Preise hat sich Neckermann Reisen eine hervorragende Ausgangsposition in den neuen Bundesländern gesichert. Nach zwei Jahren starken Wachstums buchen 1992 **erstmal mehr als zwei Millionen Gäste** eine Flugreise bei Neckermann. Und auch in der Unternehmenszentrale sind die Weichen auf Wachstum gestellt: Nach der Grundsteinlegung 1990 wird im Mai 1992 die neue Hauptverwaltung in Oberursel feierlich eingeweiht – schöner, moderner und größer denn je mit Platz für 750 Mitarbeiter.

1994 Einst von den Reiseveranstaltern erdacht, um Restplätze zu vermarkten, entwickelt sich der Last-Minute-Tourismus Anfang des Jahrzehnts immer mehr zu einer eigenen Reiseform. Um der wachsenden Nachfrage gerecht zu werden, übernimmt die NUR Touristic 1994 den Veranstalter Bucher Reisen und baut ihn als Last-Minute-Spezialisten aus. Die größte Veränderung aber bringt Ende 1994 das neue **Gesetz zur Vertriebsliberalisierung**. Bislang durften Reisebüros entweder Reisen von Neckermann oder TUI verkaufen. Seit dem 1. November dürfen sie auf Betreiben des Bundeskartellamts nun Angebote eines jeden Veranstalters vertreiben. NUR gewinnt 3600 TUI-Agenturen für den Vertrieb und ist damit erstmals in mehr Agenturen vertreten als der Wettbewerber aus Hannover. Als weitere Folge der Vertriebsliberalisierung gründet die NUR Touristic die neue Reisebüro-Marke Holiday Land, die als Franchise-System betrieben wird. Damit können Neckermann Reisen nun in mehr als 8000 Reisebüros gebucht werden. Auch diese Vertriebsausweitung führt dazu, dass das Gästeaufkommen 1994 um 15 Prozent wächst und der Konzern das beste Ergebnis seiner bisherigen Unternehmensgeschichte einfahren kann.

1995 Nachdem Neckermann bereits fünf Jahre zuvor die Family Clubs ins Leben gerufen hat – familienfreundliche Anlagen mit geräumigen Familienzimmern, Betreuung und Animation für Kinder –, setzen die Oberurseler 1995 noch einen drauf und unterstreichen damit ihre Ausrichtung als Familienveranstalter. Als erster Veranstalter überhaupt legen sie mit „Family“ **einen eigenen Katalog für Familien** auf. Der schlägt ein wie eine Bombe. Nicht nur, weil viele Hotels im Katalog nagelneu sind, sondern auch, weil erstmals spektakuläre Wasserrutschen abgebildet sind, die in türkischen Hotels gerade in Mode kommen. Aber nicht nur Familienangebote am Mittelmeer boomen. Dank eines schwachen Dollars, der 1995 neue Tiefstwerte erreicht, sind auch USA-Reisen sowie Ziele in der Karibik äußerst gefragt.



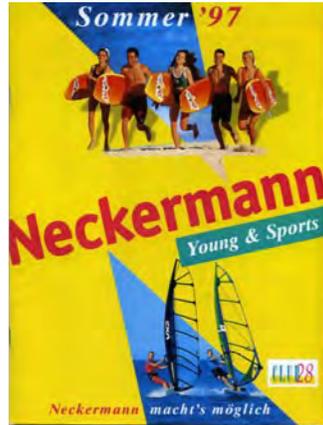
1. Schon 1990 fliegt Neckermann von Erfurt nach Kreta.
2. Mit der Zauberformel Last Minute werben 1997 die Neckermann Sparreisen.
3. Mit Kinderanimation zieht Neckermann Familien an.
4. Ausflug in die Wüste: angesagt bei Tunesien-Urlaubern.



1997 Die Vorstellungen, wie man seinen Urlaub verbringen möchte, driften Mitte der 1990er Jahre immer weiter auseinander. Während die einen weiterhin mit Sonne, Strand und gutem Essen zufrieden sind, treibt es eine wachsende Zahl von Urlaubern auch in den Ferien zur Aktivität. Um diese Gruppe noch gezielter anzusprechen, führt Neckermann 1997 als **zweiten Zielgruppenkatalog „Young & Sports“** ein. Dieser richtet sich sowohl an junge Erwachsene als auch an sportlich ambitionierte Urlauber, die mit Trendsportarten wie Mountainbiken, Surfen, Bungeejumping, Paragliding, Inlineskating oder Tauchen umworben werden. Außerdem startet Neckermann Reisen in Kooperation mit Rudi Völler eine Fußballschule auf Mallorca. Unter Anleitung bekannter Ex-Profs können Kinder und Jugendliche dort die »

Gisela Sökeland, seit 1976 im Unternehmen, übernimmt 1996 die Führung der Reisebüro-Kette von Neckermann Reisen.





Zweiter Zielgruppenkatalog von Neckermann: „Young & Sports“.



1. Sport im Urlaub wird in den 1990er Jahren zum wichtigen Thema. 2. Auch Wellness erweist sich als großer Trend. 3. Partygänger werden im Katalog „Young & Sports“ fündig. 4. Der Mietwagen ist ein klassisches Element bei Bausteinreisen – ideal zum Beispiel für eine Tour durch die USA.



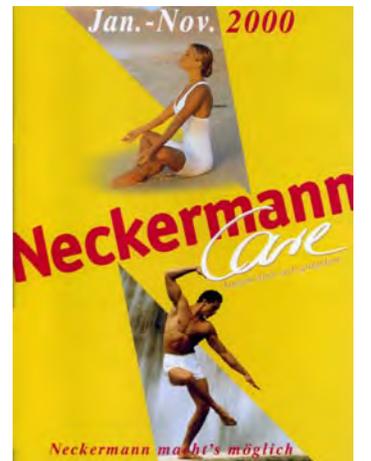
Aus Condor und NUR Touristic wird 1997 C&N Touristic.

Tricks der Profis lernen, während ihre Eltern anderen Aktivitäten nachgehen. Und noch eine Neuerung gibt es 1997. Diese betrifft allerdings weniger die Urlauber als die Konkurrenz: Aufgrund der zunehmenden Konzentration auf dem Reisemarkt verbindet sich die NUR Touristic mit Charterflieger Condor zur C&N Touristic. Wegen der sonnengelben Farbe, die seit 1996 Logo und Kataloge schmückt, wird **das Unternehmen unter Touristikern bald als „gelbes Lager“** bezeichnet – im Gegensatz zum „roten Lager“ der TUI. 2001 übernimmt C&N schließlich das britische Reiseunternehmen Thomas Cook und auch dessen Namen. Neckermann Reisen bleibt die wichtigste Marke des Konzerns.

1999 Die Touristik war schon immer auch ein Abbild der gesellschaftlichen Verhältnisse. Und so wie sich dort eine wachsende Individualisierung beobachten lässt, wollen auch Urlauber immer gezielter angesprochen werden. Nach den Angeboten für Familien und Sportlich-Aktive gibt Neckermann Reisen deshalb 1999 erstmals für die **wachsende Gruppe der Wellness-Fans** einen eigenen Katalog heraus – „Neckermann Care“. Im Angebot sind 120 Hotels mit besonderen Wohlfühlprogrammen von Ayurveda bis

Thalasso. Die Nachfrage ist riesig. Die Gästezahl vervielfacht sich innerhalb weniger Jahre, und auch das Angebot wächst rasant. Schon 2003 umfasst es mehr als 290 Hotels, außerdem gibt es spezielle Wellnessangebote mit Kinderbetreuung, die sich vor allem an Frauen wenden („Kids&Care“), aber auch solche für gesundheitsbewusste Männer.

2000 Das Internet – Anfang der 1990er Jahre noch als „Spielerei einiger Computerfreaks“ (Telekom-Chef Ron Sommer) betrachtet – hat sich Ende des Jahrzehnts zum beliebten Kommunikationsmedium gemausert. Zwar steckt die **Reisebuchung via Internet** noch in den Kinderschuhen. Doch die Entwicklung der computergestützten Buchung schreitet rasant voran. Mit Hilfe großer Datenbanken, in denen Veranstalter, Airlines, Bahn und Mietwagenfirmen ihre Angebote zusammenfließen lassen, ist nun eine ganz neue Form der Reisegestaltung durch „dynamisch“, also tagesaktuell erzeugte Bausteinreisen möglich: das Dynamic Packaging. Damit sind bereits die Möglichkeiten aufgezeigt, die im neuen Jahrtausend unter anderem zur Entwicklung von XNEC führen sollen. <<



Bündelt seit 1999 die Wellness-Angebote: der Katalog „Care“.

Die Möglichmacher

Bei der „Herstellung“ des Produkts Reise war bei Neckermann Reisen schon immer Teamwork gefragt. Die Aufgaben aller Beteiligten ebenso wie die Art und Weise, wie die Produkte entwickelt werden, haben sich allerdings im Laufe der Zeit erheblich geändert. Zwei Möglichmacher erinnern sich.



Manfred Weis war bis Mitte 2012 Leiter Produktion/Kooperation Fremdenverkehrsämter und Airports.



Produktmanager Axel Hübner mit dem Gesundheits- und Sportexperten Dieter Grabbe.

Als Manfred Weis 1969 zu Neckermann kam, war die Welt noch eine andere. Die Telefone hatten Wählscheiben, Personalcomputer gab es nicht, und die einzelnen Abteilungen waren nach Zielgebieten organisiert. „Jeweils fünf bis sechs Leute kümmerten sich um ein Reiseziel“, erinnert sich der gelernte Reisebürokaufmann, bis Mitte 2012 Leiter Produktion/Kooperation Fremdenverkehrsämter und Airports. „Jeder machte alles, man beriet die Kunden am Telefon, bearbeitete Reklamationen, nahm Buchungen entgegen, und zweimal im Jahr fuhr man in die Urlaubsgebiete, um mit den Hoteliers neue Verträge zu verhandeln.“ Ein hartes Stück Arbeit sei das immer gewesen. Denn das Bettenangebot war knapp, die Konkurrenz groß. „Da musste man sich schon was einfallen lassen, um an bessere Hotels und günstigere Konditionen zu bekommen als die Wettbewerber“, erzählt Weis. Dass es den Einkäufern fast immer gelang – ob durch Vorauszahlungen, Garantien oder persönliches Charisma –, machte Neckermann so stark.

In den 1970er Jahren erfolgte dann schließlich eine Neuorganisation der Abteilungen in Einkauf, Verkauf, Vertrieb und Verwaltung. Außerdem wurde der Direktverkauf in der Unternehmenszentrale abgeschafft, und die Reisen wurden nur noch über Reisebüros vertrieben.

Mit den Senioren entdecken die Neckermänner die Zielgruppen

„Das Produkt ‚Reise‘ war früher viel einfacher gestrickt als heute“, erinnert sich Produktmanager Axel Hübner, seit 1977 bei Neckermann. „Man hat billig Flüge und Hotels eingekauft, beides zusammengepackt und fertig. Die Leute waren bescheiden damals. Preiswert musste es sein. Dafür stand die Marke Neckermann.“ Eine Zielgruppenansprache habe es allenfalls in Form einer zarten Unterscheidung zwischen Familien und Nichtfamilien gegeben. Das änderte sich Anfang der 1970er Jahre: „Die Reiseleiter hatten bemerkt, dass Senioren zwar gerne auf Mallorca überwinterten, aber nicht so recht wussten, was sie mit der vielen Zeit anfangen sollten“, erzählt Hübner. „Also haben wir Mal- und Bastelkurse, Tanzabende und Blutdruckmessen organisiert.“ 1970 entstand daraus der Club Schwalbe. 1973 folgte dann der Club Aldiana speziell für junge Leute.



Der Club Schwalbe war das erste echte Zielgruppenangebot von Neckermann.



Produktion heute: Kai Remy (Links) und Bianca Grosse.



Bei der Katalogproduktion werden tonnenschwere Rollen bedruckt.



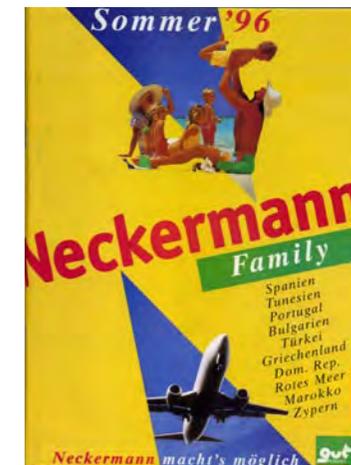
Die Kataloge kommen in Millionenauflage vom Fließband.

„Richtig los mit der Produktentwicklung ging es aber erst mit den Familien-Angeboten“, so Hübner: „Alles begann damit, dass 1990 ein Hotelier aus Cala Radjada bei uns anrief und klagte, die vielen Kinder würden alles kaputt machen. Also ließen wir eiligst einen Animateur einfliegen, der sich mit den Kleinen beschäftigte.“ Daraus entstand das Produkt „Family Club“ und 1995 der erste Zielgruppenkatalog „Family“. „Niemand wusste, ob das funktioniert“, so Hübner. Aber es hat funktioniert. Auch weil erstmals große Wasserrutschen, damals brandneu, in den Katalogen abgebildet waren.

Eine Wissenschaft für sich: Reisetrends erkennen und bedienen

Seitdem haben sich die Kataloge immer weiter spezialisiert: über „Young & Fun“ und „Sports“ bis zu „Care“ für Wellness-Urlaub. „Die Ansprüche sind stark gewachsen und immer individueller“, sagt Hübner. Deshalb sei die Produktgestaltung viel komplizierter als früher: Neben den Beobachtungen der Reiseleiter fließen heute Marktforschungen und Reiseanalysen, aber auch Angaben in Bewertungsportalen ein. Außerdem gibt es ein Innovationsteam und ein umfassendes Ideenmanagement. „Ist ein Trend – wie aktuell der zu ‚Adults Only‘ – erkannt, kommt es darauf an, Hotels zu finden oder dazu zu bewegen, die Kriterien für die jeweilige Zielgruppe zu erfüllen“, erklärt Hübner. „Ansonsten haben sie es schwer, in den Katalog zu kommen.“

Apropos Katalog: Auch der hat sich über die Jahre weiterentwickelt. Wo früher aufwändig Texte und Bilder von Hand gesetzt wurden, hielt moderne Digitaltechnik Einzug, und die Mitarbeiter können aus einer riesigen Bilddatenbank schöpfen. „Alles geht heute schneller und besser“, sagt Neckermann-Urgestein Manfred Weis. „Doch bei allen Verbesserungen, am Ende sind es noch immer die gleichen Kriterien wie vor 50 Jahren, die einen guten Neckermann-Katalog auszeichnen: Die Qualität muss stimmen und der Preis.“



Seit 1995 legt Neckermann einen speziellen Katalog für Familien auf.



Ihren Urlaub lassen sich die Deutschen auch in schwierigen Zeiten nicht vermiesen. Frühbucherrabatte und andere Ermäßigungen machen die Ferien auch für Familien erschwinglich.

Die Reiseweltmeister werden zu Frühbuchern

Das Jahrtausend beginnt mit einem Schock: Die Anschläge vom 11. September 2001 in New York treffen auch die krisengewohnte Reisebranche ins Mark. Und das Jahrzehnt hält noch viele weitere Prüfungen für die Veranstalter bereit: Terroranschläge, Irak-Krieg und Tsunami, dazu die neue Währung Euro, der sich bald als „Teuro“ entpuppt, sowie eine handfeste Wirtschafts- und Währungs Krise zum Ende des Jahrzehnts bieten reichlich Anlass, die Urlaubspläne zu überdenken. Doch einmal mehr zeigen sich die Deutschen als Reiseweltmeister, unter anderem, weil sie gelernt haben, mit Ungewissheit umzugehen, vor allem aber, weil die Pauschalreise mit ihrer umfassenden Betreuung Urlaubern auch in turbulenten Zeiten größtmögliche Sicherheit verspricht. Zudem finden Veranstalter wie Neckermann Reisen auf Herausforderungen immer wieder passende Antworten. Sei es durch allgemeine Preissenkungen, saftige Frühbucherrabatte, budgetschonende All-Inclusive-Angebote oder durch immer spezieller auf die individuellen Reisebedürfnisse zugeschnittene Zielgruppenangebote.



Schnäppchenpreise bei den Schulferien-Spezial-Angeboten 2009.

2001 Zum Beginn des Jahrtausends ist die Reisewelt noch in Ordnung. Eine boomende Wirtschaft und die Euphorie zum Jahrtausendwechsel beflügeln die Reiselust der Deutschen und lassen das Buchungsjahr 2000/01 für Neckermann Reisen mit einem neuen Rekord zu Ende gehen. Doch schon zum Ende des Reisesommers folgt im wahrsten Sinne des Wortes der große Knall. Die Terroranschläge vom 11. September in New York führen zum **schlimmsten Buchungseinbruch seit Erfindung des Massentourismus**. Veranstalter, Fluggesellschaften, Hotels und Reisebüros verlieren Hunderte Millionen Mark durch stornierte oder nicht verkaufte Reisen. Zwar kommt es bei Neckermann Reisen zunächst kaum zu Reiserücktritten, aber in der Servicezentrale in Oberursel und in den Reisebüros laufen die Drähte heiß. Tausende verunsicherte Kunden wollen wissen, ob und wann sie ihre bevorstehende Reise in die USA antreten können. »



Angriff auf die (Reise)freiheit. Die Terroranschläge vom 11. September 2001 führen zu dramatischen Buchungseinbrüchen.



2002 gibt's Neckermann Flugreisen erstmals mit Geld-zurück-Garantie.



2003 wurde die Budget-Marke Neckermann-Preisknüller eingeführt.



Maßgeblich am Erfolg der Frühbucherstrategie beteiligt: Detlef Altmann, langjähriger Chef von Neckermann Flugreisen.

2002 Die Verunsicherung durch den 11. September lässt das Wintergeschäft nur schleppend anlaufen. Noch im November liegen die Buchungszahlen rund zwölf Prozent im Minus. Um die verunsicherte Kundenschaft wieder zum Buchen zu bewegen, führt Neckermann unter anderem die Möglichkeit zur Ratenzahlung und eine **Qualitätsgarantie mit „Geld-zurück-Garantie“** ein: Falls die im Katalog beschriebenen Leistungen nicht das halten, was sie versprechen, bekommen Urlauber ihr Geld zurück. Außerdem wird das Frühbucherangebot deutlich erweitert. Und siehe da: Nach der anfänglichen Buchungszurückhaltung beginnt im neuen Jahr die Aufholjagd. Zwar meiden viele Urlauber arabische Ziele. Dafür boomen andere wie die Kanaren, für die Neckermann eiligst Hotels und Flüge nachordert. Am Ende verreisen 2002 mehr als 3,7 Millionen Gäste mit Neckermann, gut sechs Prozent mehr als im Rekordjahr 2001.

Und noch etwas ist 2002 neu: Im November vergibt Neckermann erstmals den **Hotel-Award „Primo“**, der sich schnell zu einer der renommiertesten Hotelauszeichnungen der Branche entwickelt. Jedes Jahr lässt Neckermann von nun an bis zu eine halbe Million Gäste die beliebtesten 100 Urlaubsdomizile aus dem Neckermann-Programm wählen. Die Sieger werden im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung geehrt und die Hotels im Katalog mit dem „Primo“-Logo gekennzeichnet.

2003 Die Terroranschläge auf Bali und in Kenia Ende 2002 sowie der drohende US-Angriff auf den Irak sorgen erneut für Unsicherheit und führen unter anderem dazu, dass viele Urlauber ihre Reisen noch kurzfristiger buchen als bisher. Für die Veranstalter wird das immer mehr zum Problem. Flugkapazitäten und Hotelbetten lassen sich kaum noch vernünftig kalkulieren. Neckermann startet daher zum Beginn des Reisesommers 2003 **die bis dahin größte Frühbucherkampagne** auf dem deutschen Markt. Das Angebot wird glatt verdoppelt, sodass nun in rund 1500 Hotels satte Preisnachlässe winken. Erstmals werden die Kataloge außerdem um einen zweiten Preisteil ergänzt, in dem die Frühbucherpreise separat ausgewiesen sind.

2005 Aufgrund des großen Erfolgs der Frühbucher-Initiative führt Neckermann 2005 eine weitere Rabattfrist ein: Wer seinen Sommerurlaub bis zum 15. Dezember bucht, erhält bis zu 40 Euro „Weihnachtsgeld“. Außerdem können Reisen jetzt sogar schon vor Erscheinen der Kataloge gebucht werden. Parallel zum Bemühen, Urlauber wieder stärker zum zeitigen Buchen zu bewegen, stärkt Neckermann den Internetvertrieb und ermöglicht mit dem **Buchungswerkzeug „Mix & Travel“** noch flexiblere Buchungsmöglichkeiten. Damit können sich Kunden online aus Tausenden Flug-, Hotel- und



1. Bunte Cocktails gehören oft zum All-Inclusive-Service. 2. Traumstrand in der Dominikanischen Republik. 3. Im Katalog Karibik & Lateinamerika ist die preiswerte Karibik-Perle eines der Top-Ziele.

Mietwagenangeboten ganz individuell Reisepakete zu tagesaktuellen Preisen zusammenstellen. 2006 treibt Neckermann die Flexibilisierung der Pauschalreise sogar noch ein Stück weiter: Kunden, die nicht im Wochenrhythmus verreisen wollen, können nun unterschiedliche Verkehrstage für Hin- und Rückflug wählen.

2007 Nicht zuletzt aufgrund der Einführung des Euro im Jahr 2002, der die Nebenkosten in vielen Urlaubsländern steigen lässt, wird Budgetsicherheit am Urlaubsziel immer wichtiger. Was 1994 in einigen Neckermann-Hotels mit kostenlosem Wein und Wasser zum Abendessen begann, hat sich zur beliebten Urlaubsart gemausert. **All-Inclusive-Urlaub ist gefragt wie nie.** Und zwar nicht mehr nur in den Mutterländern des „AI“, der Dominikanischen Republik und der Türkei, sondern zunehmend auch in anderen Reisezielen. Neckermann weitet deshalb 2007 seine All-Inclusive-Angebote am Mittelmeer deutlich aus und bietet den Alles-drin-Service nun auch in Urlaubsregionen, in denen das bisher ungewöhnlich war – wie Österreich oder Italien. Außerdem erproben die Oberurseler im tunesischen Hammamet erstmals sogenanntes „Ultra-All-Inclusive“. Neben Verpflegung und Sportangeboten sind sogar Kinobesuche, Kamelritte und Abendessen in der Medi- »

Günther Degenhardt verantwortete 20 Jahre lang die Sparte „ABBF“, also Auto-, Bahn- und Busreisen sowie Ferienwohnungen, bevor er 2005 in den Ruhestand ging.





Für jeden Urlaubsgeschmack hat Neckermann Reisen Ende des Jahrzehnts den passenden Katalog.

1. Die türkischen Strände sind besonders bei Familien beliebt.
2. Ferien im Strandkorb – Heimaturlaub ist wieder gefragt.
3. Auch Venedig profitiert vom Städtereisen-Boom.



na im Preis enthalten. Um der **wachsenden Nachfrage nach Sportreisen** zu begegnen, bringt Neckermann 2007 einen eigenen Katalog, „Sports“, heraus. Er richtet sich an Freizeitsportler, die ihr Urlaubsziel bewusst nach den besten Bedingungen für ihre Sportart auswählen, etwa Triathlon, Radfahren oder Windsurfen. Im Programm sind auch so genannte All Sports Hotels, die ein breites Spektrum an Sportarten und Fitnessanlagen bieten, sowie besondere Sportevents. Den **Trend zum Kurzurlauben** greift Neckermann mit dem neuen Jahreskatalog „Kurz mal raus“ auf. Zur Wahl stehen 152 Hotels für Wellnessfans, Genießer und Unternehmungslustige.

2009 Ausgehend vom finanziellen Zusammenbruch der US-amerikanischen Bank Lehman Brothers Mitte September 2008 kommt es weltweit zu einer schweren Wirtschaftskrise, die sich in Europa zur Währungskrise auswächst. Auch viele Deutsche sind unsicher über die weitere wirtschaftliche Entwicklung und sorgen sich um ihren Arbeitsplatz. Um Urlaubern volle Sicherheit bei der Reisebuchung zu geben, bietet Neckermann zum Sommerurlaub erstmals eine **Sorglos-Urlaubsgarantie** an. Falls Urlaubern vor Reiseantritt gekündigt wird, können sie kostenlos von der Buchung zurücktreten. Außerdem senkt Neckermann kurzfristig in zahlreichen Hotels die Preise für Familien und verteilt Reisegutscheine für den nächsten Sommerurlaub. Das

kann zwar nicht verhindern, dass die Buchungszahlen 2009 schlechter ausfallen als im Vorjahr, aber der befürchtete große Einbruch bleibt zum Glück aus.

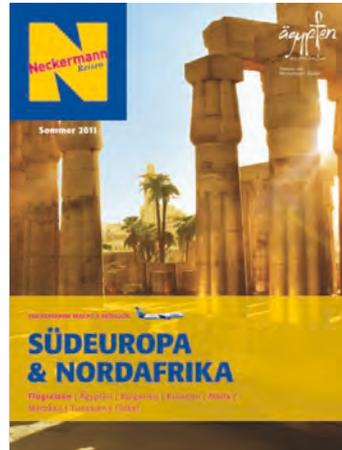
Zu beobachten ist allerdings ein neuer Trend: **Die Deutschen machen vermehrt Urlaub in der Heimat**, auch weil dieser als günstig gilt. Besonders Städtereisen liegen im Trend. Sogar Städte wie Eisenach, Erfurt oder Braunschweig, die bislang eher am Rande standen, erleben eine große Nachfrage – nicht zuletzt, weil sich immer mehr Senioren auf den Weg machen. Überhaupt wird **die Generation 55plus als Urlauberguppe** für Neckermann Reisen immer wichtiger. Der Club Vital, ein Urlaubskonzept für aktive Ältere, der 2007 als Nachfolger des legendären Club Schwalbe ins Leben gerufen wurde, erfreut sich wachsender Beliebtheit und wird ständig erweitert. In den Winterkatalogen sind es bereits 17 Hotels in acht Zielen, die dieses Konzept anbieten.

Und noch ein Novum gibt es 2009: Um **die rasant wachsende Nachfrage nach flexibler Urlaubsgestaltung** zu befriedigen, führt Neckermann als Weiterentwicklung des Buchungswerkzeugs Mix & Travel das Programm XNEC ein. Nach dem Prinzip des Dynamic Packaging können Urlauber damit via Internet, aber auch im Reisebüro, aus Tausenden Angeboten von Linienfluggesellschaften, Budget- und Ferienfliegern und Hotels ihre Reise zu tagesaktuellen Preisen zusammenstellen. Das Angebot ist dadurch wesentlich größer und vielfältiger als im Katalog. <<



Triathlon-Trainingscamps

Seit 2011 bietet Neckermann Sports Freizeitsportlern die Möglichkeit, in Triathlon-Trainingscamps mit Profi-Athleten wie Andreas und Michael Raelert zu trainieren. Auf Mallorca betreibt Neckermann sogar ein Ironman-Trainingscamp, zur Vorbereitung auf den seit 2011 stattfindenden Thomas Cook Ironman 70.3 Mallorca mit mehr als 2000 Teilnehmern.



Ägypten und Tunesien erleben 2011 ein kritisches Jahr.



Seit 2012 bietet Neckermann Reisen in ausgewählten Hotels individuelle Erlebniswelten für unterschiedliche Zielgruppen.



Einer der Jubiläumskataloge zum Fünfzigsten. Happy Birthday, Neckermann Reisen!

2011 Deutschland hat die Wirtschaftskrise vergleichsweise gut überstanden, und die Aussichten für die Konjunktur sind rosig. Das beflügelt das Fernweh, und die Urlauber legen ihre Reisezurückhaltung endgültig wieder ab. **Frühbuchen ist angesagt wie nie.** Besonders Urlaub in der Türkei ist gefragt, aber auch Griechenland, das unter der Unsicherheit um den Euro leidet, halten deutsche Urlauber die Treue: Kreta, Kos oder Korfu erleben sogar einen regelrechten Buchungsboom.

Zu starken Buchungseinbrüchen kommt es allerdings in Ägypten und Tunesien, die Anfang 2011 durch gewalttätige Revolutionen erschüttert werden. Die unsichere Lage führt dazu, dass Neckermann seine **Gäste sogar mit Sonderflügen aus Tunesien zurückholt** und seine Programme für beide Länder einige Wochen komplett aussetzt. Allerdings beruhigt sich die Lage relativ schnell. Bereits Ende Februar/Anfang März kommen beide Ziele wieder ins Programm, sodass die Schäden geringer ausfallen als befürchtet.

2012 Wieder schweifen deutsche Urlauber in Scharen in die Ferne. Tunesien erlebt ein Comeback. Griechenland – wegen der Eurokrise Anfang des Jahres noch gemieden – holt auf. Die Nachfrage nach Fernreisen übertrifft bei Neckermann Reisen alle Erwartungen und bisherigen Rekorde. Ob USA, Mexiko oder die Dominikanische Republik, Thailand, Malediven oder Vietnam: **Die Lust, in die Ferne zu reisen, war bei den Deutschen selten so groß wie 2012**, was Neckermann unter anderem dazu veranlasst, mit dem größten Fernreiseprogramm aller Zeiten und einem um 80 Prozent erweiterten Hotelangebot in die Wintersaison zu starten. Erstmals ist Abu Dhabi dabei, es gibt neue Rundreisen, und durch neue Condor-Flüge ist das Süd-afrika-, Gambia- und Kapverden-Angebot deutlich umfangreicher geworden.

2013 Mit 22 Katalogen, mehr als 5000 systemisch buchbaren Hotels und einem Programm, das die immer vielfältigeren Wünsche der Urlauber abdeckt, startet Neckermann Reisen in die Sommersaison 2013. **Neu ist die Hotelmarke smartline.** Die erste Budgetmarke in einem Franchise-Konzept in der Ferienhotellerie weltweit richtet sich mit ihrem Design-Konzept an trend- wie preisbewusste Gäste. Neu sind Direktflüge nach Cayo Coco auf Kuba, nach Durban und zu den Viktoria-Fällen in Simbabwe, und neu ist auch das Konzept des Katalogs Family. Erstmals sind darin persönliche Urlaubstipps von Kindern und Eltern abgedruckt. Und natürlich gibt es wieder zahlreiche Vergünstigungen – für Familien, Fernreisende und auch für alle anderen: Zum 50. Geburtstag können sich Urlauber über **satte Jubiläumssrabatte in mehr als 1000 Hotels** freuen. Neckermann macht's möglich. Und das seit 50 Jahren.



1



2



3



4

1. Elefanten-Trekking in Südafrika. Fernreisen sind 2012 gefragt.
2. Auch Wellness boomt.
3. Las Vegas profitiert von der großen Nachfrage nach USA-Reisen.
4. Abu Dhabi schafft es 2012 erstmals in den Neckermann-Katalog.

„Moderne Pauschalmarke für die nächsten 50 Jahre“

Seine touristische Karriere begann Michael Tenzer 1988 als Reiseleiter. Seit 2008 steht der studierte Diplom-Kaufmann an der Spitze von Neckermann Reisen. Im Interview sagt er, was den Veranstalter und die Marke auch nach 50 Jahren so attraktiv macht.



Geschäftsführer Michael Tenzer will Neckermann Reisen mit bewährten Tugenden in die Zukunft führen.

„Es ist diese ‚Alles-funktioniert-alles-gelingt-Garantie‘, die wir unseren Kunden geben. Das gilt heute noch mehr als vor 50 Jahren.“

Herr Tenzer, als Neckermann Reisen gegründet wurde, war das Fernsehen noch schwarz-weiß, und die meisten Flugzeuge wurden von Propellern angetrieben. Wie hat sich die Marke Neckermann Reisen in 50 Jahren verändert?

Die Marke gar nicht so sehr, wie man meinen könnte. Natürlich hat es analog zum gesellschaftlichen Wandel auch bei Neckermann Reisen immer wieder Veränderungen gegeben, um die Marke zeitgemäßer und moderner zu machen und neuen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden. Das Produktangebot und die Produktionsverfahren wurden allerdings deutlich verändert und erweitert. Bei vielen Entwicklungen waren und sind wir Vorreiter. Trotzdem ist der Markenkern über all die Jahre konstant geblieben. Die Werte, für die Neckermann heute steht – wie Preiswürdigkeit, Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Sicherheit –, sind dieselben wie vor 50 Jahren, und sie werden von den Kunden auch noch genauso mit der Marke assoziiert.

Nicht zuletzt dank Neckermann sind Pauschalreisen zur liebsten Reiseform der Deutschen geworden. Was macht diese Urlaubsart so attraktiv?

Das lässt sich in wenige Worte fassen: Sie ist bequem, sie ist einfach, und sie ist sicher. Die ganze Organisation liegt in den Händen des Veranstalters. Der Urlauber muss sich um nichts kümmern. Der Flug, der Transfer, das Hotelzimmer, die Rundreise und die Reiseleitung – alles ist vorab organisiert. Und verpasst der Gast mal seinen Flieger, wird ein Alternativflug besorgt. Also auch bei den kleinen Pannen ist Neckermann Reisen da. Es ist diese „Alles-funktioniert-alles-gelingt-Garantie“, die wir unseren Kunden geben. Das gilt heute noch mehr als vor 50 Jahren.

Die technische Entwicklung schreitet rasant voran. Machen Internet und Dynamic Packaging die Pauschalreise bald zum Auslaufmodell?

Nein, ganz im Gegenteil. Ich sehe diese Neuerungen eher als Weiterentwicklung der Pauschalreise mit anderen technischen Mitteln. Der dynamisch produzierte Reise, wie wir sie mit unserem XNEC-Programm anbieten, liegt ja das gleiche Markenversprechen zugrunde wie der Katalog-Pauschalreise. Zusätzlich

ermöglicht die moderne Technik eine größere Individualisierung, Vielfalt und Flexibilität. Dem Kunden ist es letztlich egal, welche Technik im Hintergrund läuft. Am Ende bekommt er ein komplettes Reisepaket mit allem Drum und Dran genau nach seinen Bedürfnissen und das zu tagesaktuellen Preisen. Insofern hat die dynamische Reiseproduktion eher zu einer Stärkung der Pauschalreise geführt. Darüber hinaus ist jedes Hotel und jeder Flug bei Neckermann Reisen auch individuell als Komponente buchbar – im Internet und im Reisebüro.

Kriege, Katastrophen, Konjunkturerinbrüche. Die Touristik sieht sich immer wieder neuen Herausforderungen gegenüber. Wünschen Sie sich manchmal, in einer ruhigeren Branche tätig zu sein?

Natürlich wünscht sich jeder Manager, dass alles rund und reibungslos läuft, und niemand freut sich über Katastrophen. Aber diese Herausforderungen gehören in unserer Branche nun mal dazu. Ich kenne das schon aus meiner Zeit als Reiseleiter. Da war auch nur ein Teil planbar, vieles war Tagesarbeit und Just-in-time-Problemlösung. Alle Krisen – von der Zypern-Krise 1974 bis zum Tsunami 2004 und zur Aschewolke 2011 – haben zudem immer wieder gezeigt, welche Vorteile eine Pauschalreise mit einem großen Veranstalter wie Neckermann Reisen bietet. Wenn es drauf ankam, waren wir es, die Charterflieger und Evakuierung organisiert und die Lage vor Ort für die Gäste gemanagt haben. Dank eines hervorragenden Krisenmanagements können sich unsere Kunden auf sicheren, unbeschwerten Urlaub freuen und wir im Management ruhig schlafen. Denn wenn einem jährlich rund vier Millionen Menschen ihre wertvollsten Wochen des Jahres anvertrauen, hat man schon eine besondere Sorgfaltspflicht und Verantwortung.

Herr Tenzer, die ersten 50 Jahre Neckermann Reisen sind passé. Wie lautet Ihr Ausblick für die nächsten 50?

Neckermann Reisen war immer eine große Familie mit tollen Mitarbeitern, die sich stets ein bisschen mehr abverlangt und geleistet haben als andere und die mit persönlichem Engagement und Ideenreichtum dieses Unternehmen vorangebracht haben. Statt den Entwicklungen hinterherzulaufen, haben wir uns immer wieder erfolgreich an die Spitze der Trends gestellt. Ich denke, mit diesen Tugenden sind wir bestens für die Zukunft aufgestellt und können unseren Kunden auch die nächsten 50 Jahre „Reisen zu günstigen Preisen“ anbieten und Urlaub für jeden möglich machen. <<



Aschewolke über Europa 2010. Bei derartigen Problemen hilft das Krisenmanagement von Neckermann Reisen.

„Statt den Entwicklungen hinterherzulaufen, haben wir uns immer wieder erfolgreich an die Spitze der Trends gestellt.“



Den Spezialkatalog für Familien gibt es bei Neckermann Reisen schon seit 1995 – eine touristische Pionierleistung.

Kataloge damals und heute



Impressum

Herausgeber: Neckermann Reisen, eine Marke der Thomas Cook Touristik GmbH, Oberursel.

Projektleitung und Koordination: Stefany Dücker, Monika Santangelo de Souza, Anja Stiebeling, Marcus Wagner
Produktion: FVW Mediengruppe Corporate Publishing,
Verlag Dieter Niedecken GmbH, Hamburg

Text + Konzept: Axel Kaden
Redaktion: Henny Metzendorf
Gestaltung: Marion Schult
Bildredaktion: Angelika Seefried

BILDNACHWEIS: Neckermann Reisen und Julián Hernández Gil, Archivo de Fotografía Histórica de Canarias, Fedac/Cabildo de Gran Canaria (S. 3), José Montanyá, Fomento del Turismo de Mallorca (S. 6), Thinkstock (S. 9, 17, 21, 23, 27, 34, 39, 41), Library of Congress (S. 9), Ulises Parada Pérez, Archivo de Fotografía Histórica de Canarias, Fedac/Cabildo de Gran Canaria (S. 9), Theresia Schwittek (S. 10, 11), Condor (S. 12, 17, 21), Foto Hasse (S. 13), Fiji Tourism (S. 16), Indisches Fremdenverkehrsamt (S. 16), Gerd Növermann (S. 18), Archivo de Fotografía Histórica de Canarias, Fedac/Cabildo de Gran Canaria (S. 22), Alain Nyssen, Tahiti Tourisme (S. 23), Ministerium für Kultur und Tourismus der Republik Türkei (S. 25), Fremdenverkehrsamt Kuba (S. 25), Martin Joppen (S. 25, 26), Staatlich Marokkanisches Fremdenverkehrsamt (S. 26), Bernd Grossmann (S. 28, 29), Michael Schaaque (S. 28, 29), Martina Baumgart (S. 29), Turespaña Frankfurt (S. 27, 31), Imago (S. 31, 47), Wartburg (S. 34), South African Tourism (S. 45), Abu Dhabi Tourism (S. 45).