



Zugfahren liegt auch 2009 im Trend – das lassen zumindest die Umsatzzahlen von Rail Tours Austria vermuten. Das Angebot von Österreichs führendem Bahnreiseveranstalter zeigte sich ausgesprochen krisenresistent.

Als studierte Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlerin ist sie eine erfahrene Touristikerin, sie baute zum Beispiel die Wien-Filiale der Travel Partner GmbH auf und war neben anderen leitenden Managementfunktionen Produktleiterin bei Ruefa-Reisen. Seit 2006 ist Buzzi Geschäftsführerin der Rail Tours Touristik GmbH. Rail Tours Touristik wurde 1987 gegründet und ist heute der führende Bahnreiseveranstalter Österreichs. Das Portfolio von Rail Tours Austria umfasst u.a. Städtereisen, Wellnessaufenthalte, Familien- und Kurzurlaube. Rail Tours Austria erzielte 2008 einen Gesamtumsatz von 14 Millionen Euro. Alles auf Schiene – das trifft auch heuer zu: Denn trotz erschwelter Rahmenbedingungen einer Wirtschaftsflaute hat sich die Produktpalette

# Urlaub wie auf Schienen

von Rail Tours als krisenresistent bewiesen. Der Umsatz aus dem ohnehin schon starken Vorjahr konnte gehalten werden und es wurde bei den Kunden sogar ein Zuwachs von fünf Prozent erzielt. Die großen Trends im Bereich Bahnreisen sind, so Eva Buzzi, „Kurzreisen im Inland oder ins nahe Ausland,

vorzugsweise im Paket mit einem kulturellen Highlight“. Eva Buzzi nützt auch privat gern die Schiene: „Da ich kein Auto besitze (und in Zeiten wie diesen sehr glücklich darüber bin), unternehme ich alle meine privaten und auch Dienstreisen, so diese in einem gewissen Kilometerradius liegen, mit der Bahn.“

## 3 Fragen an Eva Buzzi

### **Wie lief das Jahr 2009 bisher für Rail Tours?**

Das Jahr 2009 war, insbesondere unter den herrschenden Rahmenbedingungen, für Rail Tours wieder höchst erfolgreich. Wir konnten den Umsatz aus dem starken Jahr 2008 halten und bei unseren Kunden einen Zuwachs von fünf Prozent erzielen.

### **Was ist Ihr Erfolgsrezept – Sie reüssieren ja auch in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit?**

Unsere Produktpalette hat sich im heurigen Jahr als besonders krisenresistent herausgestellt. Gerade unsere Kurzreisen mit der Bahn trafen im vermeintlichen Krisenjahr 2009 den

Nerv unserer Kunden. Was wir allerdings feststellten: Der Kunde möchte immer kurzfristiger buchen, wofür von uns die Voraussetzungen geschaffen werden mussten.

### **Welche Zielgruppen konnten Sie heuer besonders gut mit Ihrem Angebot ansprechen, welche Angebote sind besonders nachgefragt?**

Mit dem verbesserten Buchungstool über unsere Homepage konnten wir eine völlig neue Gästegruppe für Rail Tours erschließen. Dafür spricht, dass wir den Internetbuchungsanteil innerhalb eines Jahres von ca. zehn Prozent auf 21 Prozent steigern konnten. Die großen Trends sind Kurzreisen im

„Wir konnten den Umsatz aus dem starken Jahr 2008 halten und bei unseren Kunden einen Zuwachs von fünf Prozent erzielen.“

Inland oder ins nahe Ausland, vorzugsweise im Paket mit einem kulturellen Highlight.