

# Veranstalter: Müller will mehr als Party

# 3

„Hölle, Hölle, Hölle!“ Gäste von Müller-Touristik dürften die Textzeile des Wolfgang-Petry-Songs „Wahnsinn“

kennen. **Seit 44 Jahren** verdient der von Heinz Müller geführte Veranstalter sein Geld mit feucht-fröhlichen Kurztrips für Kegelclubs und Sportvereine. Schlagermusik gehört dabei zum Programm. Auf die Einnahmen will der 75-Jährige Fir-

menchef auch künftig nicht verzichten. Doch das Partymachen allein reicht ihm nicht mehr. Er will sich neue, jüngere Zielgruppen erschließen.

Ab sofort gibt's deshalb einen **neuen Markenauftritt** und ein erweitertes Programm. Müller-Touristik definiert sich jetzt als **Vollsortimenter** für Kurzreisen. Völlig neu im Angebot sind Städtetouren in europäische Metropolen, Kurzkreuzfahrten etwa auf der Queen Mary 2 so-

wie spezielle Pauschalreisetrips, zugeschnitten auf 20- bis 30-Jährige.

Mit dem erweiterten Programm, dass sich auf der renovierten Homepage und in vier Katalogen wiederfindet, wollen die Münsteraner raus aus der Stagnation. „Seit Jahren zählen wir pro Jahr 150.000 Gäste. Tendenz sinkend“, so der Macher. In fünf Jahren, lautet das erklärte Ziel, sollen 300.000 Gäste aus ganz Deutschland mit Mül-



**Neues Logo, neue Reisen:** Das fröhliche Team von Müller Touristik will weg vom Party-Image.

FOTOS: CONDOR; TUI-MÜLLER TOURISTIK

ler verreisen. Dabei baut der Anbieter auch auf **Reisebüros**. „Für das Reisejahr 2015 gewähren wir ab der ersten Buchung zehn Prozent Provision“, verspricht Müller in Richtung Counter. Wer mehr Umsatz mache, könne bis zu zwölf Prozent verdienen. Das ist für den kleinen Veranstalter (50 Mitarbeiter) ein enormes Investment. Wahnsinn, was der Müller sich da traut!

» Rita Münck »