

Raus aus der Party-Ecke

von Rita Münck

Seit 44 Jahren ist Müller Touristik für Party-Touren bekannt. Nun will der Veranstalter aus Münster zum Vollsortimenter für Kurzreisen werden. Chef Heinz Müller bietet eine Vielzahl neuer Produkte an.



Heinz Müller (75) hat Müller Touristik vor 44 Jahren gegründet, jetzt krempelt er das Unternehmen noch mal um.

Foto: Müller Touristik

Künftig wollen der 75-Jährige und sein gut 50-köpfiges Team in Münster nicht mehr nur Party-Touren verkaufen. Seit dem heutigen Tag hat Müller Touristik, die jetzt auch unter neuem Logo erscheinen, weitere Zielgruppen im Visier. Das sind Städtereisende, Kurz-Kreuzfahrer sowie junge Menschen zwischen 20 und 30 Jahren. Für die drei Gruppen hat Müller Touristik drei neue Kataloge mit völlig neuen Produkten aufgelegt. Statt eines Katalogs mit mehr als 200 Seiten gibt es jetzt vier mit insgesamt 438 Seiten.

Die Vergrößerung des Angebots zeigt, wohin die Reise gehen soll: Heinz Müller will künftig neue und gerne auch jüngere Zielgruppen erreichen. Von dem seit längerem stagnierenden Party-Bereich will er sich unabhängiger machen. 150.000 Gäste

hat er dort zuletzt gehabt, Tendenz leicht sinkend. „Mit den neuen, dynamischen Paketen wollen wir in den nächsten fünf Jahren auf 300.000 Gäste jährlich kommen“, nennt Müller eines seiner Ziele. Party-Touren sollen dann nur noch einen Anteil von 50 Prozent am Geschäft haben. Es wird Städte-Trips in die kleinste, deutsche Stadt, aber auch in die größte Metropole Europas geben, daneben Kurz-Kreuzfahrten etwa auf der Queen Mary 2 und Trips zu Hafen-Events.

Zehn Prozent Provision ab der ersten Buchung

Damit der Sprung in neue Segmente gelingt, geht Müller Touristik auch einen großen Schritt auf die Reisebüros zu. Jetzt verdienen sie mindestens zehn Prozent bei jeder Buchung fürs Reisejahr 2015. Einen Mindestumsatz gibt es nicht mehr. Wer aber gewisse Schwellen überschreitet, kann bis zu zwölf Prozent Provision sowie Marketing-Zuschüsse kassieren.

Heinz Müller, der sich eigentlich schon längst zur Ruhe gesetzt hatte, Ende 2013 aber nach dem plötzlichen Wechsel seines eigentlichen Nachfolgers Markus Daldrup zu Alltours wieder ans Steuer musste, will es also noch einmal richtig wissen. „Das ist ohne Zweifel das größte Investment in der Firmengeschichte“, so der Macher im fww-Gespräch. Er könne aber trotzdem noch sehr gut schlafen.