

# Kinays „Magic“ für ganz Europa

Der Gründer von Gulet und Magic Life entwickelt nun für den Weltmarktführer TUI neue Produkte

Michael Moravec

Wien – „Ich habe nicht verkauft, sondern nur getauscht.“ Cem Kinay, Gründer und Mehrheitseigentümer der Gulet-Holding, widerspricht nachdrücklich dem durch die Angabe seiner Firmenanteile entstandenen Eindruck, er hätte sich von seinem Lebenswerk getrennt. Kürzlich wurde die Mehrheitsübernahme der Gulet Touropa Touristik (GTT) durch den deutschen Weltmarktführer TUI bekannt gegeben. Die Gulet-Gründer Kinay und Oguz Serim verkauften ihren Hälfteanteil.

„Die Tätigkeit der GTT hat sich in drei Divisionen geteilt: Das Veranstaltungsgeschäft, die Hotellerie und das so genannte Destination-Management, also die Betreuung und der Transport der Gäste vom Flughafen zum Hotel und ähnliches. Wir haben uns nur vom Veranstaltungsgeschäft getrennt, weil das immer globaler wird. Dafür haben wir Beteiligungen im Hotelbereich dazubekommen. Das war ein reiner Tausch, Bargeld ist nicht geflossen.“

Für Kinay war die Übernahme des größten österreichischen Reiseveranstalters durch den deutschen Reiseriesen „ein wichtiger Schritt, um unsere Marken wie etwa Magic Life nach Europa zu bringen“. Nur Unternehmen wie TUI könnten Synergien in dem Maß etwa im Einkauf lukrieren, die das Überleben auch in Zukunft sicherten.

Ein weiterer Grund für die „Neuaufrichtung“ Kinays waren aber auch die Ertragschancen: Die Veranstalter würden nur ein bis zwei Prozent des Gesamtertrages kassieren, im Hotelbereich wären aber 25 bis 40 Prozent zu lukrieren. „Allerdings sind das Ertragsziffern vor Finanzierungskosten, und die sind im Hotelbereich natürlich deutlich höher als bei einem Veranstalter“, schränkt er ein.

Im Tausch gegen ihre GTT-Anteile haben Kinay und Serim 50 Prozent an der Turcotel Asset AG bekommen, in der sechs Clubhotelanlagen von Gulet und TUI eingebracht wurden.

Diese neue Holding, die Kinay leiten wird, soll weitere Akquisitionen etwa in Ägypten durchführen und zum „Zukunftsvehikel“ der gesamten TUI-Gruppe werden: Kinay soll ähnlich erfolgreiche Produkte wie „Magic Life“ auch für den europäischen Markt entwickeln, TUI sorgt für die Vermarktung.

„Wir müssen die Produkte feiner Abstimen, sie noch genauer für Zielgruppen einrichten“, erzählt Kinay von seinen weiteren Überlegungen. „Wir planen, die Clubs auch nach Kategorien einzuteilen, luxuriösere Varianten und günstigere Varianten anzubieten, wie dies zum Teil mit unseren „Imperial“-Clubs etwa in der Türkei schon geschieht. Das muss gelingen, ohne unsere Grundmarke Magic Life zu stören.“

Das heurige Jahr wird für die GTT-Gruppe (die Übernahme durch TUI muss noch durch die Kartellbehörden absegnet werden) einen Umsatzzuwachs von voraussichtlich rund zehn Prozent auf fünf Milliarden Schilling verzeichnen, prognostiziert Kinay. Seine Magic-Life-Clubs rechnen für heuer mit 250.000 Gästen, 150.000 davon sollen aus Österreich kommen. Der Umsatz der Clubs werde damit rund 1,33 Mrd. S erreichen. Besonders gut entwickle sich nach den Problemen des Vorjahres wieder das Türkei-Geschäft.

Das heurige Jahr wird für die GTT-Gruppe (die Übernahme durch TUI muss noch durch die Kartellbehörden absegnet werden) einen Umsatzzuwachs von voraussichtlich rund zehn Prozent auf fünf Milliarden Schilling verzeichnen, prognostiziert Kinay. Seine Magic-Life-Clubs rechnen für heuer mit 250.000 Gästen, 150.000 davon sollen aus Österreich kommen. Der Umsatz der Clubs werde damit rund 1,33 Mrd. S erreichen. Besonders gut entwickle sich nach den Problemen des Vorjahres wieder das Türkei-Geschäft.



Cem Kinay, vor zwölf Jahren noch Arzt im AKH, exportiert seine Marke Magic Life nun nach ganz Europa. Mit neuen Produkten will er die Märkte durcheinanderwirbeln.

Foto: Urban

STANDARD  
21.2.2000  
5 (1)