

Weltweit dynamisches Wachstum: Club Med blickt auf erfolgreiches Jahr 2017

- **Geschäftsvolumen steigt auf rund 1,53 Milliarden Euro**
- **Nettogewinn liegt bei über 20 Prozent**
- **Mit 6,6 Prozent höchster Kundenzuwachs seit 2000**

Frankfurt am Main, April 2018 – Der französische Pionier des Cluburlaubs, Club Med, ist im Geschäftsjahr 2017 weiter gewachsen. So stieg das Geschäftsvolumen bei vergleichbaren Wechselkursen um 3,8 Prozent auf rund 1,53 Milliarden Euro an. Der Umsatz steigerte sich um 4,4 Prozent. Besonders erfreulich ist der Kundenzuwachs, der mit 6,6 Prozent der stärkste seit 2000 war. Wachstumstreiber waren eine erfolgreiche Strategie, die damit verbundene stärkere digitale Ausrichtung, erhöhte Investitionen sowie die Eröffnung neuer Resorts, wie beispielsweise das sizilianische Cefalù, das erste 5-Trident-Resort in Europa. Auf Basis hoher Buchungszahlen erwartet Club Med weiteres Wachstum für 2018.

„Dank des Wachstums in allen Märkten, einer weiteren Steigerung der Kundenanzahl sowie der deutlichen Steigerung der Profitabilität können wir ein erfolgreiches Jahr 2017 verzeichnen, was uns sehr freut. Das ist das Ergebnis der vollen Unterstützung seitens unserer Muttergesellschaft Fosun und unserer dreigleisigen Strategie: „Premium – Global – Digital““, kommentierte Henri Giscard d'Estaing, Präsident von Club Med, die Jahresbilanz. „Für 2018 sehen die Prognosen für die Winter- und Sommersaison sogar noch besser aus – hier sind die Buchungen bereits jetzt deutlich angestiegen.“

Die Betriebsergebnisse stiegen in allen Bereichen: So lag der Nettogewinn vor Steuern und nicht wiederkehrenden Erträgen bei über 20 Prozent. Mit 1,34 Millionen Kunden verzeichnete Club Med im Jahr 2017 den stärksten Anstieg seit dem Jahr 2000: Die Anzahl der Kunden stieg um 6,6 Prozent, von denen 80 Prozent Urlaube in 4- und 5-Trident-Resorts buchten. Die neuen Kunden kamen aus allen Bereichen der Welt: In Amerika verzeichnete Club Med einen zweistelligen Zuwachs: 19,6 Prozent. In Asien stieg die Anzahl der Kunden um 3,9 Prozent, im Bereich Europa-Afrika um 3 Prozent.

Club Med 
worldwide resorts
all-inclusive experiences

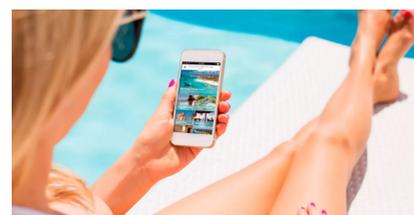
[Download Bildmaterial](#)



Henri Giscard d'Estaing, CEO von
Club Med



Club Med Les Boucaniers auf Martinique



Club Med setzt auf eine stärkere digitale
Ausrichtung

Strategie wegweisend – stärkere digitale Ausrichtung

Wegweisend für den Erfolg war die verstärkte Umsetzung der strategischen Ausrichtung „Premium – Global – Digital“, die insbesondere auf aktive Paare und Familien zielt, hier vorwiegend Drei-Generationen- und Millennial-Familien. Um die strategische Ausrichtung zu unterstützen, investierte Club Med stärker als im Vorjahr, insgesamt 86 Millionen Euro. Direktinvestitionen gingen in neue Resorts, die Instandhaltung bestehender Resorts sowie den Ausbau des digitalen Bereichs.

Durch Innovationen im Bereich digitaler Buchungsoptionen steigerte Club Med seinen Onlinedirektvertrieb um 14 Prozent sowie Buchungen über mobile Endgeräte um 45 Prozent. Weltweit konnte mit mobilen Buchungen ein Umsatz in Höhe von rund 23 Millionen Euro erzielt werden.

Erfolgreicher Ausbau der Resorts

Durch die Eröffnung neuer Resorts konnte Club Med weltweit weiter expandieren. In diesem Zuge wurden Ende 2017 zwei neue, erfolgreiche Bergresorts eröffnet: Tomamu Hokkaido in Japan und Grand Massif Samoëns Morillon in den Französischen Alpen. Im Juni 2018 wird Club Med in Sizilien, in der bezaubernden Lage des historischen Cefalù, das erste 5-Tridents-Resort der Exclusive Collection einweihen.

Darüber hinaus konnte das Resort Club Med Turquoise, das auf den Turks- und Caicosinseln in der Karibik liegt, umfassend renoviert und zu einem 4-Tridents-Resort ausgebaut werden. Das hochwertige Feriendomizil liegt direkt am Strand Grace Bay, der zu Beginn des Jahres von CNN Travel und Trip Advisor zum schönsten Strand der Welt gewählt wurde. Gäste des Resorts sind vorrangig Erwachsene, Paare und Gruppen.

Gute Aussichten für 2018

Die erfolgreiche Entwicklung in den Berg- und Fernreiseresorts verspricht zudem ein sehr gutes Geschäftsjahr 2018. Zum jetzigen Zeitpunkt sind die Buchungen bereits stark angestiegen: Bei den Winterbuchungen für 2018 verzeichnete Club Med einen Zuwachs um 9,4 Prozent. Die Buchungen für Sommer 2018 weisen sogar ein zweistelliges Wachstum auf und machen schon beinahe die Hälfte des Sommergeschäfts aus. Darüber hinaus erweisen sich für den Winter 2019 das Skigebiet Les Arcs Panorama und das Fernreiseziel Punta Cana mit der Zirkusschule CREATIFE von Cirque du Soleil als aktuelle Bestseller. Dabei ist der Vertrieb erst Mitte März gestartet.

Club Med ist eine Tochtergesellschaft von Fosun International, die in Hongkong notiert ist. Geschäftsberichte werden als Teil der Finanzberichte der Muttergesellschaft erstellt. Die Zahlen der Jahresbilanz beziehen sich auf die Geschäftsübersicht und das Ergebnis von 1. November 2016 bis 31. Oktober 2017.

[mehr >>](#)

Club Med 
worldwide resorts
all-inclusive experiences



Club Med Cefalù auf Sizilien



Club Med Les Arcs Panorama in den
französischen Alpen



Club Med in Marbella

Über Club Med:

Club Med ist ein französischer Touristikkonzern mit Headquarter in Paris und Deutschlandzentrale in Frankfurt am Main. Der Reiseveranstalter gilt als Wegbereiter des Cluburlaubs und als Erfinder des Premium All-inclusive-Konzepts und setzt seit der Eröffnung seines ersten Clubs im Jahr 1950 Maßstäbe und Trends im internationalen Reisemarkt. Club Med unterhält 66 Resorts an den schönsten Plätzen dieser Erde und bietet zudem exklusive Kreuzfahrten mit seinem Segelschiff Club Med 2 an. Gourmetküche, Snacks und Getränke rund um die Uhr, Kinderbetreuung – vom Säugling bis zum Teenager – und zahlreiche Sportaktivitäten gehören zum einzigartigen Premium All-inclusive-Konzept des Veranstalters. Die Trident-Bewertung garantiert weltweit gleichwertige Qualität auf höchstem Niveau. Club Med wurde für sein herausragendes Gästekonzept und seine Resorts bereits mit zahlreichen Preisen prämiert, unter anderem von Traveller's Choice, TripAdvisor und vom World Branding Forum als „Brand of the Year“.

Club Med 
worldwide resorts
all-inclusive experiences

Weitere Informationen:

Deutscher Pressestern®
Bierstadter Straße 9 a
65189 Wiesbaden
www.deutscher-pressestern.de

Romy Cutillo

E-Mail: r.cutillo@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-14

Maike Veith

E-Mail: m.veith@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-16



DEUTSCHER PRESSESTERN