

30 Jahre Eurofun

Aktivurlaub vom Spezialisten

Der Spezialist für Outdoor-Reisen aus Obertrum hat sich im Laufe seines Bestehens kontinuierlich weiterentwickelt, ist seinem Prinzip aber stets treu geblieben: mit viel Know-how durchorganisierte Rad- und Wanderreisen mit Gepäcktransport - anfangs für Gruppen, heute ausschließlich für Individualreisende. Geschäftsführerin Verena Sonnenberg stellt im Gespräch mit tip die Marken Eurobike und Eurohike vor.

Fotos: Eurofun



Gegründet wurde die Eurofun Touristik GmbH im Jahr 1992 von Walter Schmid und Herbert Würtinger mit der Marke „Eurobike“, die sich auf Rad-Gruppenreisen spezialisierte. 1995 erfolgte die Übersiedlung des Büros nach Obertrum in einen Bauernhof, der reichlich Platz für die Fahrräder bot. Mit fortschreitendem Ausbau der Infrastruktur und der wachsenden Reiseerfahrung der Gäste ging der Trend zu individuellen Touren einher. „Da unsere Reisen alle in europäische Zielgebiete führen, trauen sich die Leute, auch allein unterwegs zu sein“, berichtet Verena Sonnenberg, die gemeinsam mit Thomas Schmid die Geschäftsführung von Eurofun innehat.

AUF WUNSCH DER GÄSTE

Verena Sonnenberg ist seit 1999 bei Eurofun, anfangs mit einem kleinen Team von vier Leuten, von denen jeder alles machte, von der Buchung über die Abwicklung bis hin zur Radreiseleitung. Damals nahmen individuelle Reisen nur einen kleinen Teil des Programms ein. „Seit einigen Jahren bieten wir nur noch individuelle Reisen an“, erklärt Sonnenberg. Eurobike war schon lange etabliert, als Gäste immer öfter den Wunsch nach organisierten Wanderreisen äußerten. So wurde 2004 die Marke Eurohike ins Leben gerufen. Heute setzt sich der Umsatz von Eurofun aus 60% Rad- und 40% Wanderreisen zusammen. Bei beiden Sparten gibt es unterschiedliche Schwierigkeitsstufen, wobei beim Hiken die Unterschiede größer sind als beim Biken. „Das Wichtigste beim Verkauf ist, den passenden Schwierigkeitsgrad zu finden. Der Gast darf nicht über-, aber auch nicht unterfordert werden“, empfiehlt Sonnenberg.

HERZSTÜCK REISEUNTERLAGEN

Inzwischen hat Eurobike eigene Räder in fast allen Destinationen. Die Bikes sind eine Spezialanfertigung von KTM mit extra robu-

ten Mänteln und universell einsetzbar. Ein Drittel des Fuhrparks sind E-Bikes. Seit zwei Jahren kommt bei der Produktlinie „Leihrad plus“ auch ein sportliches Trekking-Rad zum Einsatz. „Bei allen Reisen können Gäste natürlich auch ihr eigenes Rad benutzen“, erläutert die Geschäftsführerin.

2006 wurde die Produktpalette um Familienreisen erweitert, 2010 um einen eigenen Katalog „Rad & Schiff“ und schließlich auch um „Aktivreisen mit Charme“ mit Unterkünften in höherer Kategorie, teilweise mit Wellness und einem gewissen Extra. Auch Reisen mit Hund werden immer öfter gebucht. Durch Veranstalter-Zukäufe in ganz Europa kann die Eurofun Gruppe ihre Strategie - möglichst viel eigenveranstalten mit immer gleichen Standards - konsequent weiterführen. Dazu zählen u.a. handverlesene Unterkünfte, Gepäcktransport, eine Hotline, wenn es mal eine Panne gibt, und als Herzstück optimal aufbereitete Reiseunterlagen. „Wir sind nicht die Günstigsten, bieten aber hervorragende Qualität und das seit 30 Jahren. Das ist eine schöne Bestätigung“, zeigt sich Verena Sonnenberg zufrieden.

AM PULS DER ZEIT

„Der Trend zum Aktivsein in der Natur hat sich schon vor der Pandemie abgezeichnet und wird sich auch weiterhin fortsetzen“, ist Sonnenberg überzeugt. Das Produkt spricht eine breite Zielgruppe an. Radfahren und Wandern kann fast jeder. „Das ist etwas Spezielles, mit ein bisschen Mühe verbunden. Am Abend isst man mit gutem Gewissen und großem Appetit. Jeder sieht sich gerne sportlich“, weiß Sonnenberg um die Beweggründe für einen Aktivurlaub. Dass Eurofun richtig liegt, zeigen die Zahlen. „Nach zwei herausfordernden Jahren haben wir heuer ein wahnsinnig gutes Jahr mit dem besten Ergebnis der Unternehmensgeschichte“, fasst Sonnenberg zusammen. Somit stehen die Zeichen günstig für die nächsten 30 erfolgreichen Jahre.

ERP ●