



Aller Leisure bliver til Aller Travel Group i nordisk transformation

Aller Leisure bliver til Aller Travel Group. Det sker efter flere års opbygning af rejsebrands, investeringer i en ny fælles platform og etablering i Danmark, Sverige og Norge.

Aller Leisure skifter navn til Aller Travel Group som led i en ny strategi. I de kommende år vil koncernen udvikle en portefølje af færre, stærkere og mere relevante nordiske rejsebrands. Kunderne vil fortsat møde specialiserede brands med hver deres profil, mens et stærkere fællesskab bag dem skal sikre mere vidensdeling, flere fælles kompetencer og bedre muligheder for at udvikle stærke, rentable produkter på tværs af Norden.

Ambitionen er at skabe en af Nordens største rejsearrangører inden for specialiserede rejseoplevelser.

"Vi har brugt de seneste år på at bygge fundamentet. Nu har vi platformen til at skalere vores brands i Norden og bringe flere af vores produkter og kompetencer ud til flere kunder. Det giver os mulighed for at udvikle forretningen på en måde, vi ikke tidligere har haft forudsætningerne for," siger Simon Pauck Hansen, administrerende direktør, i Aller Travel Group og fortsætter:

"På tværs af vores fremtidige rejsebrands vil vi have et stærkt indblik i rejsebehov og adfærd i de nordiske markeder, og denne ekspertise vil vi gerne have mulighed for at kommunikere med tilstrækkelig tyngde og udgangspunkt i vores nye samlede masterbrand Aller Travel Group".

Et rejsemarked i forandring med plads mellem charter og gør-det-selv

Charterferien har fortsat stor volumen, mens mange forbrugere fortsat foretrækker selv at stykke ferierejsen sammen.

Men samtidig ser Aller Travel Group et skiftende – og voksende marked - for rejser, hvor programmet er kurateret på forhånd, og hvor indholdet rækker langt ud over flysædet og hotelværelset.

Ifølge Simon Pauck Hansen skyldes det blandt andet, at rejsen har fået en endnu mere central placering i mange forbrugeres privatøkonomi. Selv i perioder med stigende priser og global usikkerhed prioriteres ferierejsen, men den større investering følges også af højere forventninger: Når fridagene er få, skal rejsen helst ramme helt rigtigt.

”Efter pandemien har vi set, at rejsen for mange er blevet en nærmest urørlig del af privatbudgettet. Folk vil fortsat afsted, også når økonomien bliver mere usikker. Det giver os en tro på markedet, men det forpligter også, for kunderne stiller sig ikke tilfredse med et standardprodukt,” siger Simon Pauck Hansen.

Samtidig har digitale platforme og kunstig intelligens givet forbrugerne mere frihed, men også skabt en jungle af tilbud, anmeldelser og anbefalinger.

Derfor oplever Aller Travel Group en efterspørgsel efter menneskelig rådgivning fra specialister, der kender destinationerne og kan omsætte danskernes rejsedrømme til konkrete valg. Den personlige tilpasning står ikke i modsætning til fællesskabet.

Tværtimod ser selskabet en stigende interesse for grupperejser, hvor den enkelte kan dyrke sin egen hobby eller passion sammen med andre.

”Vi lever i en meget individualiseret tid, hvor man er meget bevidst om sine egne behov. Men det betyder ikke, at vi vil rejse alene. Tværtimod oplever vi en stigende efterspørgsel efter grupperejser. Det overraskende er, at den ikke kun er blandt de ældre, men også de yngre rejsende, der søger fællesskaber omkring en interesse eller passion,” siger Simon Pauck Hansen.

Transformationen forventes at strække sig over de næste to år, og Aller Travel Group vil annoncere de næste skridt løbende.