

Studie: Direktflüge sind deutlich teurer

FRANKFURT Deutsche Kunden müssen tiefer in die Tasche greifen, wenn sie mit einem Direktflug in den Urlaub aufbrechen wollen. In der regelmäßigen Preisanalyse des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) für so genannte Low-Cost-Carrier reichen die Durchschnittsprei-

se von 61 (Wizz) bis 115 Euro (Eurowings) für das Einweg-Ticket ohne Gepäck. Vor einem Jahr betrug die Spanne bei den vier größten Anbietern noch 58 bis 102 Euro. Die Flüge von Netzwerk-Airlines wie der Lufthansa sind in der Analyse nicht enthalten. Die Testabfragen zum Buchungstag 17.

September ergaben erneut deutliche Unterschiede zwischen kurz- und langfristigen Zeitpunkten des Abflugs. Grundsätzlich sind kurzfristige Tickets deutlich teurer als solche mit längerer Vorlaufzeit. So verlangt der Marktführer Eurowings zwischen knapp 73 Euro bei einem drei Monate

entfernten Flug und durchschnittlich 152,40 Euro für Flüge am nächsten Tag. Das teuerste Einzelticket hat aber die irische Ryanair angeboten, die für einen sieben Tage entfernten Flug von Köln nach Porto 390 Euro aufgerufen hat. Die Iren gehören zu den schärfsten Kritikern der hohen

Steuern und Gebühren, die bei Abflügen an deutschen Flughäfen fällig werden. Trotz eines starken europaweiten Wachstums hat Ryanair das Angebot in Deutschland reduziert und weitere Flugstreichungen angekündigt. Laut DLR gab es in der untersuchten Juli-Woche von deutschen

Flughäfen 4260 Billigflüge von 14 Airlines auf 760 Strecken – ein Rückgang um rund 30 Prozent gegenüber dem Vor-Corona-Jahr 2019. Europaweit haben die Billigflüge mit 68000 Starts und 10600 Strecken innerhalb einer Woche das Vorkrisenniveau um 2,0 Prozent überschritten. *dpa*

Anzeige

Wachstum für Werbeartikel-Experten dank KI und Tradition

Freienwill, Dezember 2024 | ZERNISCH Werbung übernimmt Werbemittelfachgroßhandel Georg Abdallah

Freienwill Die Unternehmensnachfolge für den Werbemittelfachgroßhandel Georg Abdallah aus Flintbek bei Kiel ist gesichert. Mit den erfahrenen Werbeartikelhändlern von ZERNISCH Werbung aus Freienwill bei Flensburg übernimmt ein Traditionunternehmen den Mitbewerber.

Hybrides Erfolgsmodell

„Während unser Kerngeschäft stark von persönlicher Beratung geprägt ist, entstehen durch moderne Technologien, wie Künstliche Intelligenz, immer mehr digitale Potenziale für den Bereich E-Commerce. Durch die Übernahme der Georg Abdallah GmbH bündeln wir Tradition und Digitalisierung langfristig hier vor Ort in Schleswig-Holstein.“

Der Webshop von ZERNISCH Werbung listet über 150.000 Artikel – vom klassischen



Geschäftsführer Lasse Petersen und sein Berater-Team: (v. l. n. r.) Gabriel Schlegelberger, Marion Leese, Oliver Zernisch, Lasse Petersen und Wiebke Wannow.

live begutachtet werden. Diverse Produkte befinden sich direkt am Lager und können sehr schnell geliefert werden – ausgewählte Artikel teilwei-

oder „made in Europe“ sind ebenfalls schnell verfügbar.

Das zehnköpfige Expertenteam aus dem Norden ist auf Wachstumskurs. Namhafte Unternehmen aus ganz Deutschland zählen zum Kundenkreis. Das Thema Full Service, also die Bedarfseinschätzung für Werbemittel im

gesamten Kalenderjahr, inklusive Lagerung und Bereitstellung auf Abruf, ist dabei besonders für Unternehmen mit vielen Abteilungen und mehreren Standorten interessant. KI-gestützte Datengrundlagen sorgen hier für Komfort, Zeit- und Kostenersparnisse auf Kundenseite. Mit diesem hybriden

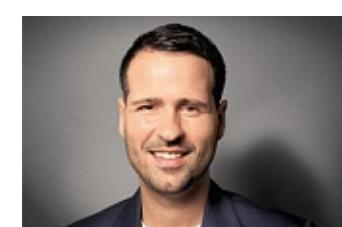
Modell aus Digitalisierung und Kundennähe ist der Werbemittelfachgroßhandel seit vielen Jahren erfolgreich. Regionale Kunden versorgt ZERNISCH Werbung darüber hinaus traditionell auch mit Außenwerbung, Leuchtreklame und Fahrzeugbeschriftung.

Kompetenzzentrum für Unternehmenskommunikation

Zu den Zutaten im Erfolgsrezept des norddeutschen Werbeartikel-Unternehmens zählt auch die intensive Vernetzung in der Werbebranche. So auch mit ihrer Partnerfirma und Digitalagentur DAUSKONZEPT am gemeinsamen Standort. Gründer beider Firmen ist Carsten Daus, der ZERNISCH Werbung (damals noch „gifts-on-point“) im Jahr 2014 aus DAUSKONZEPT ausgründete und heute entsprechend als Gesellschafter und Investor im Hintergrund agiert. Durch den Kauf des seit rund 40 Jahren bestehenden

Unternehmens ZERNISCH Werbung firmiert das Unternehmen am Flensburger Stadtrand seit ein paar Jahren unter eben diesem Namen.

Mit mittlerweile 20 Jahren Branchenerfahrung hat Carsten Daus im Norden ein echtes Kompetenzzentrum für Unternehmenskommunikation geschaffen.



Carsten Daus
Marketing-Enthusiast und Unternehmer

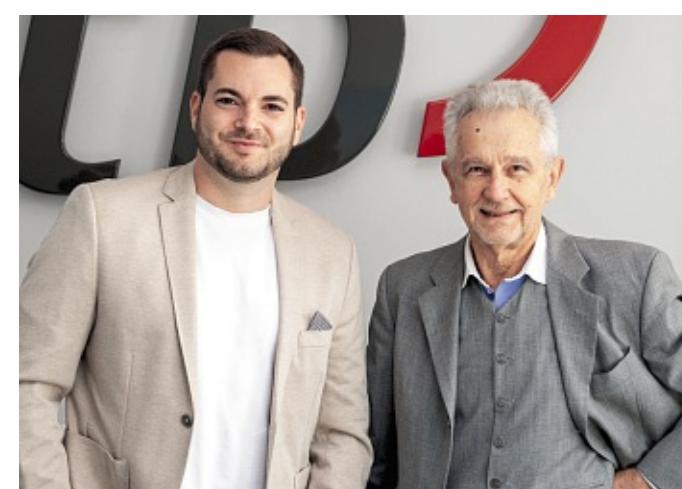
„Der Wandel am Markt hin zu mehr Nachhaltigkeitsbewusstsein beim Kunden, mehr Zentralisierung von Dienstleistungen in der Branche und die Möglichkeiten, die uns Digitalisierung bietet, schaffen gleichermaßen Herausforderungen und Optionen zur Skalierung. Die Weichen für die Zukunft sind gestellt und wir freuen uns auf alles, was kommt.“

Treten Sie noch heute mit Lasse Petersen in Kontakt und sprechen Sie über Potenziale für die Zukunft.

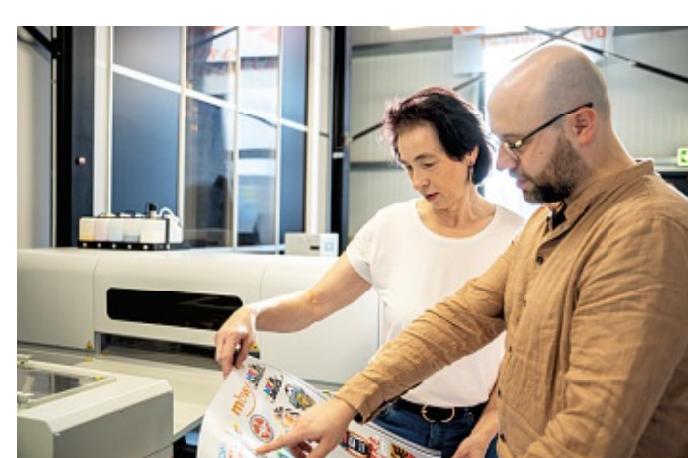
ZERNISCH
WERBUNG

ZERNISCH Werbung GmbH
Eckernförder Landstr. 16
24991 Freienwill

T +49 (0) 4602 957 22 01
M info@zernisch-werbung.de
www.zernisch-werbung.de



Unternehmensnachfolge gesichert: Georg Abdallah (re.) und Lasse Petersen, Geschäftsführer ZERNISCH Werbung



Das Team genießt die kurzen Wege in der Region:
Qualitätssicherung vor Ort in der Produktion

Kugelschreiber über Kleidung bis hin zu Präsenten für jeden Einsatzbereich, die individuell mit Logo bedruckt werden können. Im Showroom vor den Toren Flensburgs können viele davon

se bereits zwei bis drei Tage nach Freigabe inklusive Logoaufdruck. Das große Portfolio an nachhaltigeren Artikeln, z. B. aus Bambus, Kork oder recyceltem Material, sowie Produkte „made in Germany“

ZERNISCH
WERBUNG

Werdeartikel-Beratung aus der Region!

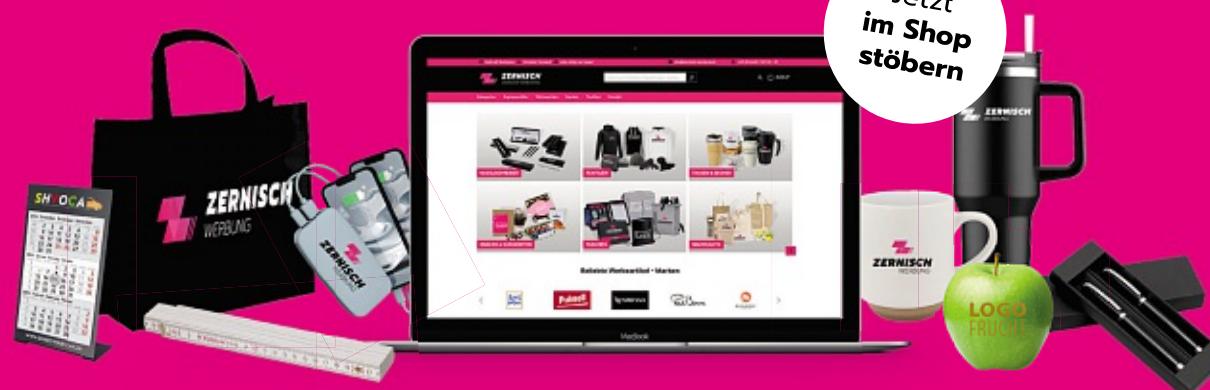
Werdeartikel von A-Z mit Ihrem Logo

PRÄSENTE

FAHRZEUGBESCHRIFTUNG

AUSSENWERBUNG

TEXTILIEN & ARBEITSKLEIDUNG



www.onlineshop-werdeartikel.de