



Buchungszahlen sinken in der Krise

Für Reiseveranstalter ist 2009 ein Krisenjahr wie schon lange nicht. Erste Konkurse sprechen eine deutliche Sprache.

Arno Maierbrugger

Zuerst das Internet, dann die Billigflieger, die Wirtschaftskrise und jetzt auch noch die Schweinegrippe. Die Reiseindustrie hat es wirklich nicht leicht.

Buchungszahlen sind quer durch die Branche im Sinkflug begriffen. Bei vielen Kunden sitzt das Urlaubsgeld nicht mehr so locker, dem Spargedanken fiel schon so mancher fix geplante Sommerurlaub zum Opfer, und der Österreicher neigt zumindest dieses Jahr generell zum Knausern.

Gewinnrückgänge

So zeigte eine Studie von Regioplan, dass österreichische Kunden heuer um 3,5 Prozent weniger für Urlaub ausgeben wollen als 2008. Was nicht so hoch klingt, ist für die Reisebranche ein Übel: Urlaubskonzerne sind gezwungen, die Preise ihrer Angebote zu senken, um Kunden bei der Stange zu halten. Wie das *Handelsblatt* errechnet



Was tun: Kunden bleiben aus, Preissenkungen drücken auf die Gewinnmarge, und die Marktberingung ist in vollem Gange. In der Reisebranche kracht es gewaltig. Foto: Photos.com

hat, schlagen sich allerdings auch geringfügige Senkungen der Reiseangebote gleich überproportional negativ auf den Gewinn durch. Viele Konzerne versuchen daher, die Preissenkungen im Einkauf, also bei den Hotels und Fluggesellschaften, zurückzuholen. Was wiederum den Druck auf Airlines und Hotelketten erhöht.

Große Reiseanbieter wie TUI oder Thomas Cook verzeichnen

in der ersten Jahreshälfte Buchungsrückgänge zwischen elf und 18 Prozent, und das trotz günstiger Pauschalangebote zu Sonderkonditionen. Deutlich zu merken war eine Zunahme der Last-Minute-Buchungen, was zusätzlich auf die schon geringen Margen der Branche drückt.

Die World Tourism Organization sagt für 2009 ein weltweites Minus von zwei Prozent für die

Reisebranche voraus. Die tatsächlichen Rückgänge bisher dürften aber deutlich darüber liegen, heißt es Brancheninsidern zufolge.

Drückender Schuldenberg

Das könnte dazu führen, dass sich einige Reiseanbieter aus dem Geschäft verabschieden. Erwischt hat es bereits Großbritanniens drittgrößten Reisekonzern, die XL Leisure

Group. Auch der deutsche Direktreiseanbieter IPM, der Reisen unter anderem über Tchibo vermarktete, musste Konkurs anmelden.

In Österreich hat es bereits den Salzburger Reiseanbieter African Safari Club getroffen. Das Unternehmen ist mit 2,2 Mio. Euro Überschuldung im April in den Konkurs geschlittert. Auch Pineapple Tours vermittelt keine Abenteuerreisen mehr. Das Wiener Unternehmen stellte seine Tätigkeit im März 2009 mit nicht mehr bedienbaren Schulden von 3,2 Mio. Euro ein. Als Grund wird eine missglückte Expansion nach Deutschland und „die allgemeine Wirtschaftslage“ angeführt.

Ende Juli hat eines der größten tschechischen Reiseunternehmen, Tomi Tour, Konkurs anmelden müssen. Und schwierig wurde es auch für Thomas Cook, als der Mutterkonzern Arcandor (Quelle) in die Insolvenz versank. Für den Reisebüroriesen wird jedenfalls ein Käufer gesucht.

Notiz Block



Gründen mit (Business-)Plan

Gründung ist ein Abenteuer – aber keines, in das man sich unvorbereitet stürzen sollte. Ein durchdachter, dem geplanten Unternehmen entsprechender Business-Plan ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für eine nachhal-

tige Unternehmensgründung. Die schriftliche Form hilft bei der Konkretisierung der vorhandenen Ideen. Und zwar nicht nur für die Vorlage bei potenziellen Partnern und Investoren, sondern vor allem als Planungs- und Kontrollinstrument für die Gründer selbst. Diesen Stellenwert unterstreicht auch der

neunte i2b & go-Business-Plan-Wettbewerb der Wirtschaftskammern Österreichs sowie von Erste Bank und Sparkassen. Unter www.i2b.at/wettbewerb können noch bis 5. Oktober schriftliche Unternehmenskonzepte aus allen Branchen der Wirtschaft eingereicht werden. Jedes eingereichte Konzept erhält kostenlos zwei voneinander unabhängige, schriftliche Feedbacks, die zur Weiterentwicklung der Ideen dienen sollen. Dieses Feedbackservice steht ab sofort zur Verfügung und kann auch wiederholt in Anspruch genommen werden.

Getrübe Bilanz bei Touristikern

Wirtschaftskrise, Schweinegrippe und das Hochwasser im Juli trübten die Bilanz der heimischen Touristiker in der bisherigen Sommersaison. Die Umsätze und Nächtigungen sind nahezu überall rückläufig, einzig das Burgenland vermeldet bis jetzt

positive Ergebnisse. Im Städtetourismus waren die Folgen besonders deutlich: Wien verbuchte im ersten Halbjahr einen Rückgang der Nächtigungen von 7,1 Prozent (4,3 Mio. Nächtigungen). Für die gesamte Saison (Mai bis Oktober) rechnet Tourismus-Obmann Hans Schenner mit einem Umsatzrückgang von vier Prozent – bei den Nächtigungen traue er sich noch keine Prognose abzugeben. Entscheidender Faktor für den weiteren Verlauf sei das Wetter.

Österreicher spüren Krise

Immer mehr Österreicher spüren persönlich die Auswirkungen der Wirtschaftskrise. Für die meisten ist die Talsohle erreicht, aber noch nicht durchschritten. Das ist das Ende Juli veröffentlichte Ergebnis einer Umfrage des Linzer Meinungsforschungsinstitutes Market. Von den an drei Tagen 501 repräsentativ für die Gesamtbe-

völkerung telefonisch befragten Personen gaben 42 Prozent an, sie würden persönliche Auswirkungen der Krise spüren. Im November des Vorjahres – also vor acht Monaten – hatten erst 35 Prozent erklärt, sie fühlten sich betroffen. Der Anteil derer, auf die sich die Krise nicht auswirkt, ist von zuletzt 60 auf aktuell 58 Prozent gesunken. Bei der Frage nach den weiteren Aussichten meinten 50 Prozent, die Talsohle sei erreicht, aber noch nicht durchschritten. 16 Prozent waren sogar der Ansicht, es gehe wieder bergauf. 25 Prozent rechnen damit, dass es weiter bergab geht. Ein besonders ausgeprägter Konjunktur-Optimismus ist in der Bildungselite – Personen mit Matura, Fachhochschul- oder Universitätsabschluss – zu finden. Hingegen dominiert in der untersten Einkommensschicht – Haushalte mit einem Einkommen bis zu 1250 Euro – der Wirtschaftspessimismus. Vergleichswerte aus früheren Umfragen liegen Market nicht vor. *APA/kl*