

Medienmitteilung

Ein durchzogener bis stabiler Geschäftsgang 2016 - bei weiterhin grossen Herausforderungen in der Reisebranche

Zürich, 12. September 2017. Im Jahr 2016 hat der durchschnittliche Umsatz eines Schweizer Reisebüros im Vergleich zum Vorjahr geringfügig von 3.076 Mio. CHF auf 2.922 Mio. CHF abgenommen. Der durchschnittliche Umsatz pro Mitarbeiter sank ebenfalls von 0.97 auf 0.88 Mio. CHF. Dank den stabilen Beratungshonoraren und Kosteneinsparungen konnten sowohl die Bruttorenditen bei 15% als auch die Nettoerrenditen mit 1.2% gehalten werden. Dies geht aus der aktuellen Studie des Schweizer Reise-Verbandes in Zusammenarbeit mit dem Institut für Systemisches Management und Public Governance an der Universität St. Gallen hervor.

Die Zukunftsperspektiven werden tiefer eingeschätzt als sie in Wirklichkeit sind

Die Einschätzung der Reisbranche zu den unmittelbaren Zukunftsperspektiven bleiben gleichermassen verhalten, auch wenn sie im Vergleich zum Vorjahr etwas weniger negativ bis hin zu sogar leicht positiv eingeschätzt werden. Die Gründe für diese ambivalente Einschätzung liegen zum einen in einer Stabilisierung der Europäischen- und Schweizerischen Wirtschaftslage und den verbesserten Aussichten. Zum anderen wirkt sich die kaum veränderte Sicherheitslage in zahlreichen potentiellen Top-Destinationen dämpfend auf das Reiseverhalten in die betroffenen Länder aus. Der aktuelle Geschäftsgang 2017 kann allerdings bisher als äusserst erfreulich bezeichnet werden. Wir führen dies darauf zurück, dass die Kunden auf Grund der geopolitischen Lage ihre Ferien lieber wieder dem Reisebüro anvertrauen.

Die Digitalisierung fordert auch die Reisebüros heraus

Schon letztes Jahr hat die Umfrage des SRV gezeigt, dass die Reisebüros die Herausforderungen der Digitalisierung erfolgreich annehmen. Dieses Jahr können darüber hinaus erste Tendenzen und Entwicklungen erkannt werden: Online-Kanäle (insbesondere auch mobile) werden nicht nur zu Informations- sondern immer mehr auch zu Vertriebszwecken konfiguriert. Es reicht nicht mehr, mit den Kunden einfach online in Beziehung zu stehen, vielmehr sollen die Chancen zum Verkauf genutzt werden. Hierbei wird auf eher weniger digitale Kanäle fokussiert und dafür die Online- mit der Offline-Welt verzahnt. Dies kann als Zeichen gewertet werden, dass Kommunikation und Vertrieb nicht einfach mehrkanalig konfiguriert wird, sondern eher entlang und nahe an Entscheidungsprozessen der Kunden. Der stationäre Teil des Geschäfts soll hier ebenfalls attraktiver werden; das grosse Wachstum hinsichtlich digitaler Screens ist wohl ein Vorgeschmack auf eine zukünftige Durchdringung von Virtual und Augmented Reality im Reisebüro.

Weitere Informationen

Walter Kunz
Schweizer Reise-Verband (SRV)
T +41 44 487 30 55
E: kunz@srv.ch

Prof. Dr. Christian Laesser
Institut für Systemisches Management und
Public Governance an der Universität St. Gallen
T: +41 71 224 25 25
E: christian.laesser@unisg.ch