



Medienmitteilung

Dynamische Reisebürobranche trotz Internet-Konkurrenz

Reisemarkt Schweiz – Angebot, Nachfrage und Perspektiven

Zürich, 25. September 2007 **Die Reisetätigkeit der Schweizer wurde 2006 durch die gute Konjunktur beflügelt. Gemäss der zum siebten Mal in Folge durchgeführten Umfrage des Schweizerischen Reisebüro-Verbandes und der Credit Suisse können die Reisebüros deutlich bessere Umsatzergebnisse ausweisen. Die Konkurrenz durch Internet-Buchungen nimmt zu, wenn auch nicht für alle Reiseprodukte gleich stark. Zu diesem Schluss kommt auch die breit angelegte Umfrage der ELVIA Reiseversicherungen. Die Internetkonkurrenz zwingt die Reisebüros zur Qualitätssteigerung, was aus Konsumentensicht positiv ist. Im laufenden Jahr dürfte sich die Konjunkturdynamik etwas verlangsamen. Die wirtschaftlichen Perspektiven der Reisebürobranche bleiben aber intakt. Der stärkste Wachstumsmarkt im Reisegeschäft liegt in Asien.**

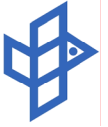
Die Reisebranche erreichte das dritte Jahr in Folge deutlich verbesserte Ergebnisse. Dies geht aus der jüngsten Umfrage bei den Mitgliedern des Schweizerischen Reisebüro-Verbandes hervor. Durch die leicht rückläufige Beschäftigung konnte die Produktivität nochmals verbessert werden. Dies widerspiegelt sich sowohl bei den hochgerechneten Umsatzzahlen mit einem Plus von 10.8% als auch bei der Rendite, die sogar um 50% gesteigert werden konnte. Die sehr gute Konjunkturlage sowie das Ausbleiben von negativen äusseren Einflüssen haben wesentlich zu dieser positiven Entwicklung beigetragen.

Asien liegt im Trend

Als umsatzmässig stärkste Wachstumsregion in den kommenden Monaten wurde Asien von den befragten Reisebüros am häufigsten genannt. Die Nachfrage nach Reisen in Europa, Nord- und Südamerika dürfte sich jedoch ebenfalls lebhaft entwickeln. Nach Ländern aufgeteilt sind es vor allem Thailand, die USA und China, welche unter den Überseeländern die ersten Plätze belegen. Bei den Europäischen Ländern (inklusive Mittelmeerraum) dürften insbesondere Griechenland, Spanien und Kroatien in der Gunst der Kunden ganz weit oben liegen.

Konkurrenz durch Internet: die Reisebüros streben nach Qualität

In ihrer Studie "Reisebüros: Qualitätssteigerung dank Internet" gehen die Ökonomen der Credit Suisse auf die Herausforderungen und Perspektiven des Schweizer Reisemarktes ein. Gemäss den Umfrageergebnissen erwarten mehr als vier von fünf Reisebüros einen Zuwachs des Internet-Reiseumsatzes für das kommende Jahr. Ein Drittel der Reisebüros gibt an, sich stark von Internet-Buchungen konkurrenziert zu fühlen. Immer bessere Online-Plattformen erlauben einen einfacheren Preisvergleich und schüren die Konkurrenz. Häufig werden einfache Produkte (wie Flüge oder Hotels) via Internet gebucht. Für Rundreisen und komplexere Angebote ist das Internet jedoch noch kein ernst zu nehmender Konkurrent.



Besonders bei standardisierten Produkten könnte das Internet künftig noch weitere Marktanteile gewinnen. Eine professionelle, persönliche Beratung und die optimale Abstimmung der Angebote auf die Kundenbedürfnisse sind wichtige Erfolgskomponenten für die Reisebüros. Aus Konsumentensicht sind diese Entwicklungen positiv zu bewerten.

ELVIA-Umfrage: Internet wird als Buchungskanal immer bedeutender

Die Reiseversicherungsgesellschaft ELVIA führt seit 1994 eine jährliche, repräsentative Umfrage zum Buchungs- und Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung durch. Gemäss der Umfrage zeigt sich, dass das Internet als Buchungskanal für eine Reise immer bedeutender wird. Mehr als jeder vierte Schweizer reserviert seine Ferien im Internet, mittlerweile fast so viele wie im traditionellen Reisebüro. Bei der Wahl des Reisebüros spielt die Beratungsqualität für eine Mehrheit der Befragten gegenüber den letzten Jahren eine deutlich wichtigere Rolle als der Preis. Nicht richtig durchzusetzen vermag sich das Segment der Last-Minute-Reisen. Noch immer buchen zwei Drittel der Befragten ihre Reise mehr als vier Wochen im Voraus.

Bei der Wahl ihrer Fluggesellschaft orientieren sich die meisten Kunden nach wie vor am Preis. Über 80% der Befragten verlangen von den Fluggesellschaften einen fixen Gesamtpreis, in welchem alle Zuschläge enthalten sind. Trotz der Preissensibilität sind traditionelle Airlines bei den Kunden beliebter als Billigflieger. Ein Grund hierfür dürfte das Kriterium Sicherheit sein, welches für die Befragten gegenüber dem Vorjahr weiter an Bedeutung gewonnen hat.

Belastet werden Schweizer Reisende noch immer von einer gewissen Reiseangst. Für 35% der Befragten stellen Unruhen oder Terror im Zielgebiet das grösste Sicherheitsrisiko dar. Fast die Hälfte der Kunden informiert sich deshalb vor Antritt der Reise über die politische Lage vor Ort. Die Angst vor Unfällen und Krankheiten ist demgegenüber geringer.

Die Präsentation mit den wichtigsten Kennzahlen zur Reisebüroumfrage kann beim Schweizerischen Reisebüro-Verband, Etzelstrasse 42, 8038 Zürich bezogen werden.

Die Studie der Credit Suisse "Reisebüros: Qualitätssteigerung dank Internet" ist im Internet in Deutsch, Französisch und Italienisch publiziert:

www.credit-suisse.com/research (Research Publikationen/Schweizer Wirtschaft/Branchen)

Die Studie der ELVIA Reiseversicherungen "Buchung- und Reiseverhalten der Schweizer 2006" kann bei ELVIA, Hertistrasse 2, 8304 Wallisellen bezogen werden.

Auskünfte

Walter Kunz, Geschäftsführer, Schweizerischer Reisebüro-Verband, Telefon +41 44 487 30 50, kunz@sv.ch

Elke Frost, Economic Research Credit Suisse, Telefon +41 44 333 37 45, elke.frost@credit-suisse.com

Media Relations Credit Suisse, Telefon +41 844 33 88 44, media.relations@credit-suisse.com

Dr. Jürg Wittwer, CEO, ELVIA Reiseversicherungen, Telefon +41 44 283 32 62,

juerg.wittwer@elvia.ch



Disclaimer

Das vorliegende Dokument wurde von der Credit Suisse erstellt. Die darin geäußerten Meinungen sind diejenigen der Credit Suisse zum Zeitpunkt der Redaktion und können jederzeit ändern. Das Dokument dient nur zu Informationszwecken und für die Verwendung durch den Empfänger. Es stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung seitens oder im Auftrag der Credit Suisse zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren dar. Ein Bezug auf die Performance der Vergangenheit ist nicht als Hinweis auf die Zukunft zu verstehen. Die in der vorliegenden Publikation enthaltenen Informationen und Analysen wurden aus Quellen zusammengetragen, die als zuverlässig gelten. Die Credit Suisse gibt jedoch keine Gewähr hinsichtlich deren Zuverlässigkeit und Vollständigkeit und lehnt jede Haftung für Verluste ab, die sich aus der Verwendung dieser Informationen ergeben.