

Reisebüros und Reiseveranstalter

Malle oder Malediven? Auf jeden Fall weg.

WZ 2008: 79.1 / WZ 2003: 63.3

2012



Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH

Heinrichstr. 30
D - 49080 Osnabrück

Britta Stöver

Email: stoever@gws-os.com
Tel: +49 (541) 40933-250
Fax: +49 (541) 40933-110
Internet: www.gws-os.com

DIE BRANCHE IM ÜBERBLICK

Überblick

Reisen ist das liebste Hobby der Deutschen. Selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wird nicht auf den Urlaub verzichtet. Vielmehr werden das Reiseziel und die damit verbundenen Kosten dem jeweiligen Budget angepasst. Die Branche sieht sich damit keiner schwindenden, wohl aber konjunktursensiblen und wetterabhängigen Nachfrage gegenüber. Ein großes Problem ist zudem das gewandelte Buchungsverhalten der Kunden. Neben den privaten Endkunden beeinflussen auch gewerbliche Unternehmen in Form von Geschäftsreisen und Messe-/Kongressveranstaltungen das Nachfragevolumen.

Die Branche setzt sich entsprechend ihrer Untergliederung in WZ-79.11 (Reisebüros) und WZ-79.12 (Reiseveranstalter) aus grundsätzlich unterschiedlichen Unternehmensformen und Beschäftigungsstrukturen zusammen. Die Gruppe der Reiseveranstalter wird von wenigen Großkonzernen dominiert, die ihre Reisen meist über eigene Filialen/Ketten oder feste Vertriebspartner anbieten. Daneben treten sie auch über das Internet direkt an Kunden heran. Reisebüros sind als Vermittler in fremden Namen und auf fremde Rechnung tätig und können durch die verminderte Kapital- und Risikobindung eher auch als unabhängiges Einzelunternehmen geführt werden.

Bei der Kostenstruktur kommt den Materialaufwendungen grundsätzlich das höchste Gewicht zu. Jedoch zeigt sich in der detaillierteren Ansicht auch hier der Unterschied zwischen Reisebüros und Reiseveranstaltern. Durch die rein vermittelnde Tätigkeit der Reisebüros nehmen die Personalkosten deutlich mehr Anteil ein - der Bruttobetriebsüberschuss ist größer. Allerdings müssen Reisebüros zunehmende sinkende Provisionen und Serviceentgelte ausgleichen, was durch den Verdrängungswettbewerb und die Ausweitung alternativer Vertriebskanäle (Internet, Smartphones etc.) forciert wird.

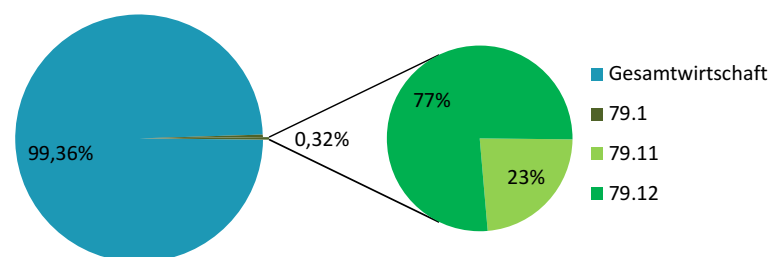
Einordnung

Die Branche untergliedert sich in Reisebüros (WZ-79.11) und Reiseveranstalter (WZ-79.12). Reisebüros sind auf Groß- oder Einzelhandelsbasis als Vermittler in fremden Namen und auf fremde Rechnung von Reise-, Beförderungs- und Unterbringungsdienstleistungen an die breite Öffentlichkeit und an Firmenkunden tätig. Reiseveranstalter unterscheiden sich darin, dass sie selbst oder mit Hilfe Dritter in eigener Verantwortung eine Reiseveranstaltung durchführen, d.h. verschiedene Einzelleistungen einkaufen und diese anschließend als Pakete oder Pauschalreisen über Reisebüros oder direkt wieder verkaufen. Der Reisevertrag wird immer, auch bei Mittlertätigkeit des Reisebüros, zwischen Kunden und Reiseveranstalter geschlossen, sodass der Reiseveranstalter die Haftung für den Erfolg und die bestimmte Gestaltung der Reise trägt. Der Übergang zwischen Reisebüros und Reiseveranstalter sind in der Hinsicht fließend, dass ein Reisebüro, sobald es mehrere Einzelreiseleistungen für den Kunden zusammengestellt, automatisch zum Veranstalter wird.

Umsatz

Laut Unternehmensregister (Statistisches Bundesamt 2012a) erwirtschaftete die Branche 79.1 2010 einen Umsatz von 17,8 Mrd. Euro, wobei gut zwei Drittel dem Bereich der Reiseveranstalter zuzurechnen sind (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Branche 79.1 im gesamtwirtschaftlichen und eigenen Kontext (2010)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2012a, eigene Berechnungen

Gegenüber dem Vorjahr ist die Branche insgesamt um 8,7% gewachsen. Die deutlich höhere Steigerung entfiel auf die Reisebüros (22,9%). Reiseveranstalter konnten einen 5,0% höheren Umsatz erwirtschaften. Im Vergleich zur Gesamtwirt-

schaft, die um +10,3% zunahm, entwickelte sich die Branche verhaltener und verlor damit leicht an Bedeutung. Ihr Beitrag zur gesamten Wirtschaftsleistung fiel von 0,33% auf 0,32%. Trotzdem kommt ihr damit immer noch mehr Bedeutung zu als beispielsweise der Schifffahrt (0,28%), den Informationsdienstleistungen (0,19%) oder den Heimen (0,12%).¹

Die gute Auftragslage bei den Unternehmen bringt der Branche hohe Nachfrage im Bereich von Dienstreisen und einen höheren Leistungsumfang bei Kongressen und Tagungen. Ebenfalls nachfragesteigernd wirken die sichere Arbeitsmarktsituation und Einkommenssteigerungen bei den privaten Haushalten, die dadurch bereit sind, mehr für ihre Urlaubsreisen auszugeben. Eine schlechte Wetterlage zur Sommerzeit stärkt den Umsatz durch kurzfristige Buchungen. Politische Unruhen und Naturkatastrophen nehmen insofern Einfluss, dass sie zu einer Umstrukturierung der Reiseziele führen. Insbesondere Reiseveranstalter müssen dann Einbußen bei eingekauften Reisepaketen in die problematischen Länder durch Meidung bzw. Umbuchungen hinnehmen.

WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

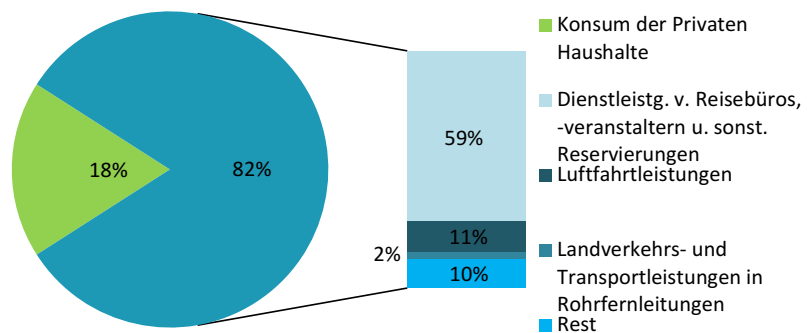
Absatzstruktur

Die produzierten Waren und Dienstleistungen der Reisebüros und Reiseveranstalter werden zu 18% von den privaten Haushalten als Endprodukt nachgefragt.² 82% gehen als Vorleistungen an verschiedene Wirtschaftsbereiche, wobei die Verflechtung zwischen Reisebüros und Reiseveranstaltern durch Einkauf, Weiterverkauf etc. von Reiseeinzelleistungen oder -paketen den größten Anteil einnimmt. Genauer werden 59% von fertig gestellten Reiseleistungen als Vorleistung durch die eigene Branche nachgefragt (Abbildung 2). Dienstreisen u. ä. fallen, wenn sie vom Unternehmen direkt eingekauft werden, ebenfalls unter die Vorleistungen.

¹ Alle Zahlenwerte beruhen auf Informationen des Unternehmensregisters (StBA 2012a).

² Die Angaben stammen aus der Input-Output-Tabelle (Statistisches Bundesamt 2012b), die nur in WZ08-2-Steller Gliederung verfügbar ist und somit nur Informationen für die Gesamtbranche 79 bereitstellt. Da die darunterliegende Branche 79.1 97% zum Gesamtumsatz beiträgt, kann jedoch angenommen werden, dass die Absatzstruktur fast identisch ist.

Abbildung 2: Absatzstruktur der Branche 79



Quelle: Statistisches Bundesamt 2012b, eigene Berechnungen

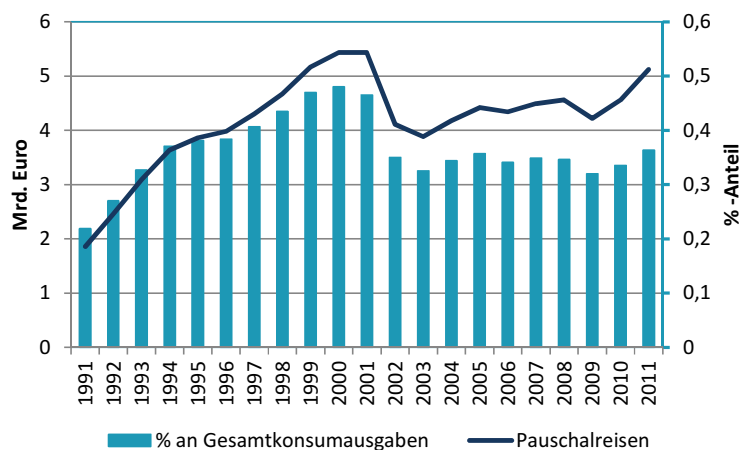
Privater Konsum

Die Konsumfreudigkeit der privaten Haushalte richtet sich nach ihrem verfügbaren Einkommen. Es bestimmt allerdings weniger, ob gereist wird, sondern wie viel und zu welchem Preis. Fast 70 Mill. Urlaubsreisen unternehmen die in Deutschland lebenden Haushalte pro Jahr, d.h. 76% der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren fährt einmal im Jahr für mindestens fünf Tage in den Urlaub (FUR 2012, S.2). Deutschland ist dabei mit einem Anteil von ca. 30% ein beliebtes Reiseziel (FUR 2012, S.3). Allerdings sind die Reisebüros und -veranstalter auf diesem Segment meist schlechter aufgestellt und die fehlende Sprachbarriere vereinfacht die direkte Buchung. Ein weiteres Drittel aller Reisen entfällt auf die Mittelmeerregion, der verbleibende Rest verteilt sich auf die Alpen (9%), Osteuropa (7%) und Fernreisen (7%) (FUR 2012, S.3). Neben dem verfügbaren Einkommen beeinflusst auch das Wetter die Wahl der Destination und damit die Ausgabenhöhe. Je besser das Wetter in Deutschland, desto eher werden naheliegende Ziele wie die Nord- und Ostsee oder die Bergregionen gewählt. Weiter entfernte Reisen gewinnen insbesondere bei feuchten und kühlen Wetterlagen Zuspruch.

2011 beliefen sich die Ausgaben der privaten Haushalte für Pauschalreisen auf 5,1 Mrd. Euro und nahmen damit 0,4% der gesamten Konsumausgaben in Anspruch (Statistisches Bundesamt 2012c). Seit 2011 liegt dieser Anteil relativ unverändert bei Werten zwischen 0,3% und 0,4% (vgl. Abbildung 3). Dies lässt sich zum Teil mit den veränderten Buchungsmöglichkeiten und einer geänderten Reisepräferenz begründen. Pauschal-

oder Bausteinreisen bedienen inzwischen nur noch 43% der gebuchten Urlaubsformen (FUR 2012, S.4). Einzelausgaben für Übernachtungen, Speisen und Getränke, Fahrscheine, Kultur etc. werden innerhalb der Konsumverwendungszwecke der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung anders gebucht, sodass die insgesamt getätigten Ausgaben der privaten Haushalte deutlich höher ausfallen können. FUR (2012) errechnet für 2011 einen Betrag von über 60 Mrd. Euro für Urlaubsausgaben, was 4,3% der gesamten Konsumausgaben entspricht.

Abbildung 3: Konsumausgaben für Pauschalreisen, absolut in Mrd. Euro und %-Anteil am Gesamtkonsum



Quelle: Statistisches Bundesamt (2012c), eigene Berechnungen

Neben der schwindenden Bedeutung der Urlaubsform Pauschalreise ändert sich auch das Buchungsverhalten. Immer mehr Unterkünfte, aber auch Flugtickets und Pauschalreisen werden online gebucht (VIR 2012, S.22). Hiervon sind allerdings überwiegend die stationären Reisebüros betroffen. Reiseveranstalter und Online-Reisportale und -Reisebüros profitieren hingegen von den Onlinebuchungen.

Gewerblicher Konsum

Bei den gewerblichen Kunden bestimmen die Auftragslage, Kundengewinnung und Kontaktpflege die Nachfrage. Mit zunehmender Verflechtung der internationalen Märkte wird die Präsenz auf Messen und die Kundenpflege vor Ort immer wichtiger. Auch die Überwachung externer Produktionsstandorte führt zu einem erhöhten firmenbedingten Reiseverkehr. Bei wirtschaftlich angespannten Rahmenbedingungen lassen sich persönliche Gespräche nur bedingt durch Videokonferenzen ersetzen.

Firmenreisedienste werden jedoch erst ab einer bestimmten Größe des Unternehmens und Häufigkeit von Geschäftsreisen

in Anspruch genommen. Bei kleineren Unternehmen werden die Buchungen überwiegend selbstständig durchgeführt.

Der Umsatzanteil des Business Travels am Gesamtumsatz von Reisebüros liegt bei ca. 34%. Die Gesamtkosten von Geschäftsreisen beliefen sich zuletzt auf 44 Mrd. Euro, wovon die Flug- und Übernachtungskosten den Hauptteil tragen (DRV 2012, S. 24).

Prognose

Nach zwei sehr wachstumsstarken Jahren, 2010 und 2011, kann der Umsatz auch mittelfristig auf dem hohen Niveau gehalten werden. Die Reisefreudigkeit der privaten Haushalte bleibt weiterhin bestehen. Zudem darf der Urlaub ruhig etwas kosten. Allerdings schürt die anhaltende Euro-Krise zunehmend die Verunsicherung bei den Konsumenten und hemmt eine ungebremste Spendierlaune. Die Unternehmen passen die Ausgabenhöhe ihrer Geschäftsreisen der konjunkturellen Lage an. Die Branche wird damit ihre Produktion ab 2012 im Vergleich zu den vorangegangenen Jahren nur noch langsamer steigern können. Tabelle 2 zeigt die prognostizierte Entwicklung.

Tabelle 1: Produktionsentwicklung (in %)

	2012e	2013e	2014e
	in %		
79.1 Reisebüros und Reiseveranstalter	2,7	2,2	1,6

Quelle: eigene Berechnungen

Einflussfaktoren

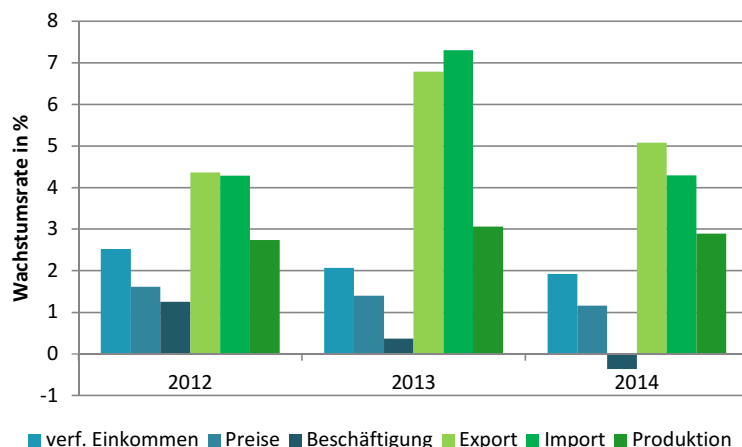
In Abbildung 4 ist die Entwicklung maßgeblicher Einflussfaktoren für die Reisetätigkeit nach privaten Haushalten (blau) und Unternehmen (grün) genauer aufgegliedert.

So können die privaten Haushalte damit rechnen, dass ihr verfügbares Einkommen in den nächsten Jahren mit jeweils ca. 2% wächst. Die Preissteigerungen bei Konsumgütern liegen darunter, sodass auch real mehr Einkommen verfügbar ist. Damit haben die Haushalte die Möglichkeit, mehr oder bessere Reisen zu unternehmen, ohne bei anderen Dingen einsparen zu müssen. Gleichzeitig steigt die Bereitschaft, sich etwas zu gönnen und damit überproportional mehr für den Urlaub zu investieren. Dem gegenüber steht die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt, die sich zunehmend verschlechtert. Bis 2013 nimmt die Zahl der Beschäftigten noch zu, ab 2014 werden erstmals wieder weniger Arbeitskräfte beschäftigt als im Vorjahr. Die privaten Haushalte sehen sich damit einer zunehmend unsicheren Arbeitsmarktsituation gegenüber und werden ihre Ausgaben deshalb eher vorsichtiger tätigen, um einer plötzlichen

Freistellung kurzfristig mit ausreichend liquiden Mitteln begehen zu können. Auch die Ausgaben für den Urlaub werden davon betroffen sein.

Das Engagement der Unternehmen auf den internationalen Märkten verstärkt sich weiterhin. Sowohl die importierten als auch die exportierten Waren gewinnen jährlich deutlich hinzu. Damit steigt die Notwendigkeit, Auslandsreisen zu unternehmen und Geschäftskontakte aufzubauen, neue Lieferanten/Abnehmer zu finden oder bestehende Verbindungen zu festigen. Insgesamt wächst die Produktion in jedem Jahr nominal um ca. 3%, wodurch die wirtschaftliche Lage der Unternehmen gestärkt und ausreichend Budget für Geschäftsreisen zur Verfügung gestellt werden kann.

Abbildung 4: Entwicklung wichtiger Konsumtreiber



Quelle: eigene Berechnungen

Zukunftsträger

In Zukunft werden die Ausrichtung und das Angebot der Reisebüros bzw. -veranstalter immer wichtiger. Der Fokus auf einzelne Reisegebiete oder einzeln zusammengestellte Erlebnisreisen bedient die rückläufige Nachfrage nach typischen Pauschalreisen. Infolge des demografischen Wandels kann auch die gezielte Ansprache älterer Altersgruppen mit abgestimmten Reiseelementen langfristig die Absatzchancen sichern.

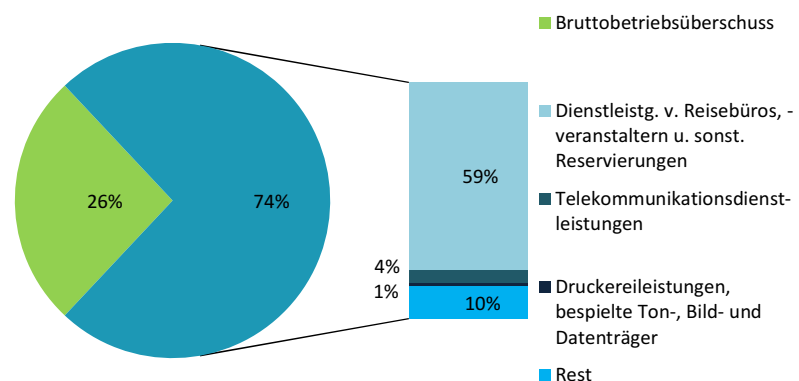
KOSTENSTRUKTUR

Neben der Nachfrage sind auch die Ausgaben für die Erstellung eines wirtschaftlichen Angebots relevant.

Aufkommen

Die Produktion bzw. Erstellung von Reisedienstleistungen durch Reisebüros oder Reiseveranstalter besteht zu 74% aus Vorleistungen; die übrigen 26% bilden den Bruttobetriebsüberschuss (Abbildung 5).³ Wie schon bei der Absatzstruktur, nehmen die In-Sich-Lieferungen eine überragende Bedeutung ein. 59% tragen brancheninterne Vorleistungsprodukte zum Endprodukt bei. Mit großem Abstand werden zur Erstellung eines fertigen Reiseangebots Telekommunikationsdienstleistungen sowie Druckereileistungen/bespielte Ton-, Bild- und Datenträger benötigt.

Abbildung 5: Kostenstruktur der Branche 79



Quelle: Statistisches Bundesamt (2012b), eigene Berechnungen

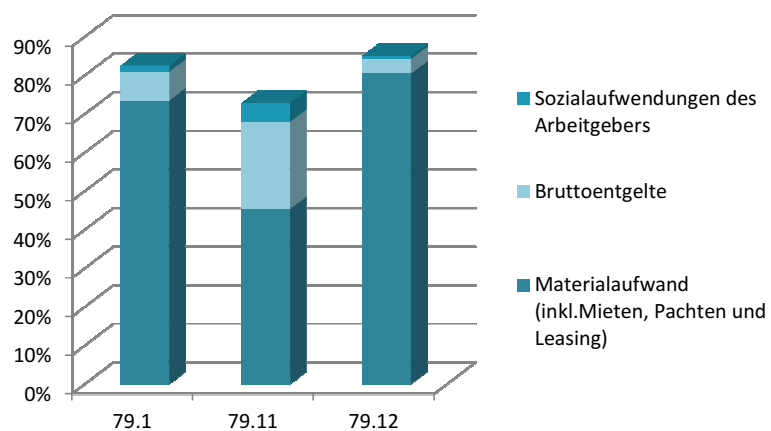
Aufwendungen

Bei der Art der Kosten überwiegen bei der Branche 79.1 die Materialaufwendungen. Sie nehmen 70% des Umsatzes in Anspruch. Nur 9% entfallen auf Personalaufwendungen. Allerdings unterscheiden sich die darunterliegenden Branchen 79.11 und 79.12 in ihrer Kostenstruktur deutlich voneinander und geben damit auf aggregierter Ebene einen falschen Eindruck.

³ siehe Fußnote 2 auf Seite 4.

Während die anteiligen Aufwendungen für Material bei den Reiseveranstaltern mit 80% noch höher liegen, bewegen sie sich bei den Reisebüros nur bei 45%. Im Gegenzug brauchen sie mit 28% vom Umsatz wesentlich mehr für Personal als die Reiseveranstalter (5%). Dies ist der unterschiedlichen Vertriebsstruktur geschuldet. Während Reisebüros in ihrer überwiegenden Tätigkeit die Reisepakete nur vermitteln und nicht selber einkaufen müssen, gehen Reiseveranstalter in Vorleistung und kaufen die Einzelkomponenten ein bzw. tragen die Reisekosten solange, bis sie vom Kunden beglichen wurden.

Abbildung 6: Kostenstruktur nach Branchen des Reise-gewerbes (2010)



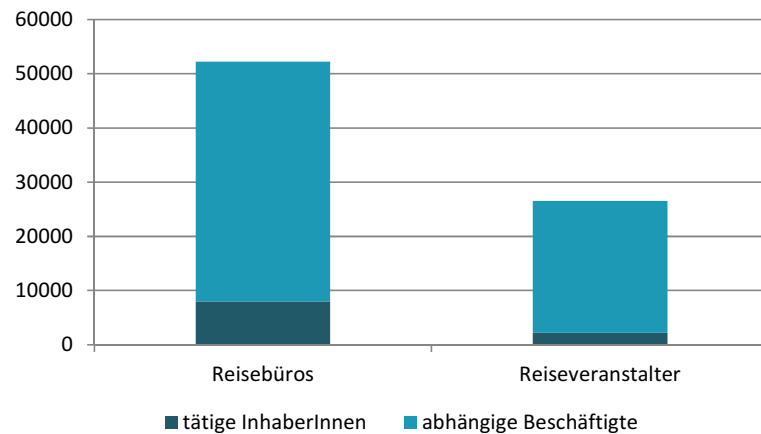
Quelle: Statistisches Bundesamt (2012d), eigene Berechnungen

Beschäftigung

Insgesamt fast 65 Tsd. Personen waren Ende Juni 2011 als Fremdenverkehrsfachleute in Deutschland sozialversicherungspflichtig beschäftigt, was 0,2% aller Beschäftigten entspricht. Davon ist der überwiegende Teil deutsch, nur 6,3% der Fremdenverkehrsfachleute sind Ausländer. Zudem sind 79% in Vollzeit beschäftigt. Immerhin 10% arbeiten ohne Berufsausbildung in diesem Bereich (Bundesagentur für Arbeit 2012).

Unabhängig vom Berufsbild und der Art der Beschäftigung zählt die Branche 79.1 ca. 79 Tsd. tätige Personen, wobei die meisten (66%) in Reisebüros arbeiten (Abbildung 7). Dabei ist auffällig, dass nicht nur generell mehr Personen in Reisebüros arbeiten, sondern auch die Zahl der Inhaber/Innen, die dort selbst tätig sind, größer ist. Insgesamt tragen sie 79% zur übergeordneten Branche bei. Allerdings nimmt der Anteil der abhängig Beschäftigten an den jeweiligen gesamt-tätigen Personen in beiden Bereichen deutlich über 80% ein.

Abbildung 7: Zahl und Art der tätigen Personen am 30. September 2010

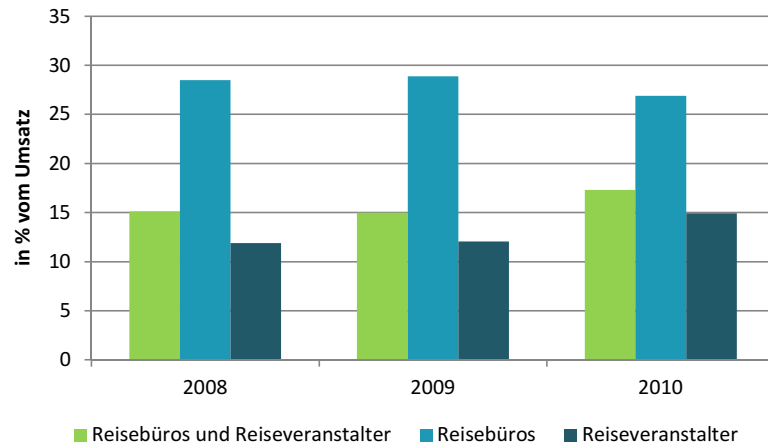


Quelle: Statistisches Bundesamt (2012d), eigene Berechnungen

Bruttobetriebsüberschuss

Die Branche 79.1 erzielte zuletzt einen Bruttobetriebsüberschuss⁴ in Höhe von 17% des Umsatzes (Abbildung 8). Im Vergleich zu den Vorjahren hat sich der Anteil gesteigert, was auf die positive Entwicklung bei den Reiseveranstaltern zurückzuführen ist. Im Vergleich zu den Reisebüros liegt ihr Bruttobetriebsüberschuss mit 15% gegenüber 27% aber immer noch deutlich niedriger. Allerdings haben die Reisebüros in den letzten Jahren verloren: Während der Bruttobetriebsüberschuss 2008 noch fast 29% des Umsatzes auf sich vereinigte, waren es 2010 nur noch knapp 27%.

⁴ Der Bruttobetriebsüberschuss ergibt sich aus der Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten abzüglich Bruttoentgelte und Sozialabgaben.

Abbildung 8: Bruttobetriebsüberschuss (in % vom Umsatz)

Quelle: Statistisches Bundesamt (2012d, 2011a, 2011b)

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

Struktur

In der Branche der Reisebüros und Reiseveranstalter überwiegen kleine Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten. Ihr Anteil liegt mit 94% knapp über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnittswert von 91% (Tabelle 2). In den übrigen Klassen fallen die Anteile niedriger aus als der Durchschnitt. Die Dominanz der Kleinstunternehmen ergibt sich aus der Struktur bei den Reisebüros. 95% beschäftigen weniger als 10 Mitarbeiter, besonders Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten kommen kaum noch vor. Die Reiseveranstalter sind hingegen weniger durch Kleinst-, sondern mehr auch durch Kleinunternehmen geprägt. Die Zahl der Unternehmen mit 10 bis zu 49 Mitarbeitern trägt 9% zu den Branchenunternehmen bei und erreicht damit einen Wert, der höher liegt als der Durchschnitt (7%). Bei den mittleren (50-249 Beschäftigte) und großen (ab 250 Beschäftigte) Unternehmen erreichen sie Anteile, die denen der Gesamtwirtschaft entsprechen.

Diese Struktur spiegelt sich auch in der Rechtsform wider (Abbildung 9). Bei den Reisebüros sind deutlich mehr Einzelunternehmen vertreten als bei den Reiseveranstaltern. Auch Personengesellschaften sind hier häufiger zu finden. Kapitalgesellschaften hingegen kommen seltener vor. Dies liegt darin begründet, dass Reisebüros eigenständig als kleines Unternehmen geführt werden und häufig Größenvorteile und Wiedererkennungswert durch Kooperationsverbünde oder Franchise erzielen. Die größte Reisebüro-Allianz ist beispielsweise die Quality Travel Alliance mit 7771 Vertriebsstellen. Daneben gibt es auch Filialen und Ketten, die von Kapitalgesellschaften wie TUI

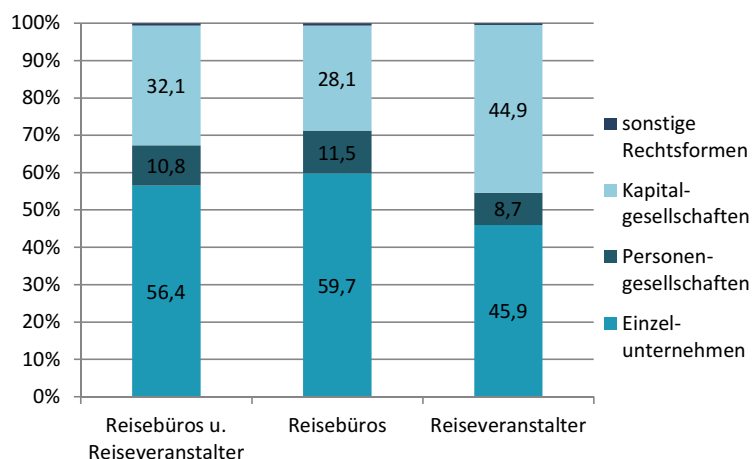
oder Thomas Cook direkt geführt werden. Bei den Reiseveranstaltern sind aus Haftungsgesichtspunkten die Kapitalgesellschaften interessanter.

**Tabelle 2: Unternehmensstruktur nach Beschäftigten-
größenklassen in % (2010)**

	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte			
	0 - 9	10 - 49	50 - 249	250 und mehr
79.1	93,9	5,2	0,7	0,2
79.11	95,3	4,1	0,4	0,1
79.12	89,1	8,9	1,6	0,3
Gesamtwirtschaft	91,2	7,0	1,5	0,3

Quelle: Statistisches Bundesamt (2012a), eigene Berechnungen

**Abbildung 9: Unternehmensstruktur nach Rechtsform
(2010)**



Quelle: Statistisches Bundesamt (2012d), eigene Berechnungen

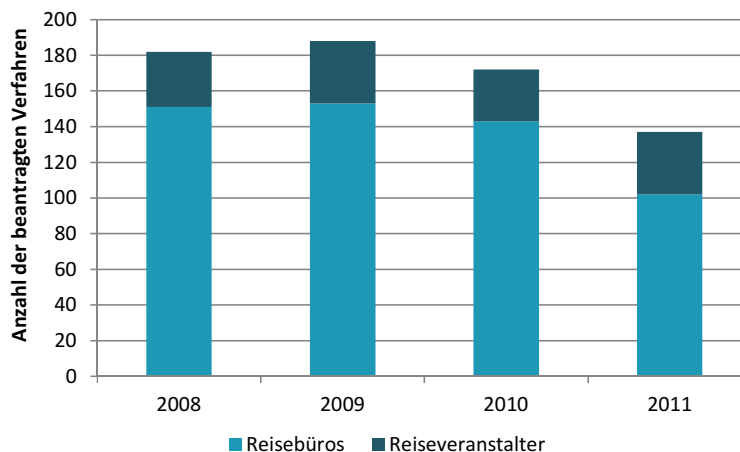
Insolvenzen

Die Konkurrenzsituation ist relativ angespannt. Insbesondere Reisebüros werden zunehmend geschlossen. 2010 waren 285 weniger im Unternehmensregister (Statistisches Bundesamt 2012a) eingetragen als im Jahr zuvor. Nur für etwa die Hälfte davon wurde eine Insolvenz beantragt. Die übrigen, meist Filialen und Ketten von Reiseveranstaltern, wurden zum Abbau von Überkapazitäten geschlossen. Auch eine ungeklärte Unternehmensnachfolge und geringe Profitabilität sind Gründe für die Aufgabe eines Reisebüros. Insgesamt hat sich die Zahl der Insolvenzen in den Jahren nach der Krise von 2009 verringert.

Anders entwickelt sich die Situation bei den Reiseveranstaltern. 2010 wurden fast 80 Unternehmen mehr registriert, was einen

Zuwachs von 2,7% bedeutet. Die Zahl der Insolvenzen schwankt um einen Wert von jährlich ca. 30 beantragten Verfahren. Auf fast drei neue Unternehmen kommt damit eine Insolvenz. Die Konkurrenzsituation verstärkt sich und zwingt vor allem die Großunternehmen zu einer strukturierteren Ausrichtung, um sich gegenüber den Mitbewerbern abzusetzen.

Abbildung 10: Beantragte Insolvenzverfahren



Quelle: Statistisches Bundesamt (2009a, 2010, 2011c, 2012e), eigene Berechnungen

Sonstiges

Der Wettbewerbsdruck wird in der Branche zudem durch die Konkurrenz zwischen stationären Anbietern und Internetportalen/-reisebüros verstärkt, wobei nicht nur der Buchungsvorgang, sondern auch der vereinfachte Preisvergleich dazu beitragen. Der Online-Markt wird von Internetreiseportalen (z.B. Expedia, Opodo etc.) dominiert. Sie vereinen 37% der im Internet getätigten Buchungen auf sich. Danach folgen Direktanbieter von Ferienhäusern oder -wohnungen mit 17% sowie Fluggesellschaften mit 15% (VIR 2012, S.22).

Allerdings werden nicht alle Kunden gleichermaßen angesprochen. Die 41- bis 50-Jährigen sind diejenigen, die am häufigsten online buchen, die 51- bis 60-Jährigen folgen direkt danach (DRV 2012, S.22). Demografisch bedingt werden diese beiden Altersgruppen in zehn Jahren als dann 51- bis 60-Jährige bzw. 61- bis 70-Jährige voraussichtlich einen Anteil von 30% an der Bevölkerung haben, was eine Steigerung um 19% bedeutet (Statistisches Bundesamt 2009b). Wenn sie ihre Affinität zur Internetbuchung beibehalten, wird sich der Reisemarkt auch in Zukunft weiter umstrukturieren.

Die Nachfrage auf dem Onlinemarkt agiert zudem kurzfristiger. Die Online-Reisebüros erzielen den größten Umsatzanteil mit

zeitnahen Buchungen, d.h. wenn bis zum Antritt der Reise weniger als zwei Monate verstreichen. Bei stationären Reisebüros entfällt anteilig mehr Umsatz auf Reisen mit einer Vorausbuchungsfrist ab vier Monaten (DRV 2012, S.21).

Besonders wichtig sind dem Online-Nutzer und damit für einen erfolgreichen Internetauftritt übersichtliche und preisgünstige Angebote, ein umfangreiches Angebot sowie einfache Bedien- und Buchungsfunktionen (VIR 2012, S.24). Stationäre Reisebüros können ihre Marktposition durch eine geeignete Standortwahl, d.h. zentral mit Verkehrsanbindung und möglicher Laufkundschaft bei geringer Anzahl weiterer konkurrierender Anbieter, stärken. Das Angebot sollte auf die zu erreichenden Zielgruppen abgestimmt sein. Auch die Ausrichtung auf ein spezielles Marktsegment kann zu einer Stärkung der Marktpräsenz beitragen.

REFERENZEN

Bundesagentur für Arbeit (2012): Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Berufen (Klassifizierung der Berufe 1988). Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigtenstatistik. Stichtag 30.Juni 2011, Erstellungsdatum 20.1.2012.

DRV (2012): Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt 2011 – Eine Übersicht zusammengestellt vom Deutschen ReiseVerband (DRV). Berlin.

FUR (2012): Reise Analyse 2012 – Erste Ausgewählte Ergebnisse. Kiel.

Statistisches Bundesamt (2012a): Statistisches Unternehmensregister. Unternehmen nach Wirtschaftsabteilungen und Größenklassen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Verschieden Berichtsjahre und Registerstände, E102/35211120-AUSW, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2012b): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Input-Output-Rechnung. Fachserie 18 Reihe 2, Stand 31.8.2012.

Statistisches Bundesamt (2012c): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Inlandsproduktsberechnung, detaillierte Jahresergebnisse. Fachserie 18 Reihe 1.4, Stand 7.9.2012.

Statistisches Bundesamt (2012d): Dienstleistungen – Strukturhebung im Dienstleistungsbereich. Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen 2010. Fachserie 9 Reihe 4.5, Stand 3.8.2012.

Statistisches Bundesamt (2012e): Arbeitstabelle 3.1 Unternehmensinsolvenzen nach Wirtschaftsbereichen. Jahr 2011, Stand 2.3.2012.

Statistisches Bundesamt (2011a): Dienstleistungen – Strukturhebung im Dienstleistungsbereich. Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen 2009. Fachserie 9 Reihe 4.5, Stand 21.11.2011.

Statistisches Bundesamt (2011b): Dienstleistungen – Strukturhebung im Dienstleistungsbereich. Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen 2008. Fachserie 9 Reihe 4.5, Stand 18.1.2011.

Statistisches Bundesamt (2011c): Arbeitstabelle 3.1 Unternehmensinsolvenzen nach Wirtschaftsbereichen. Jahr 2010, Stand 1.3.2011.

Statistisches Bundesamt (2010): Arbeitstabelle 3.1 Unternehmensinsolvenzen nach Wirtschaftsbereichen. Jahr 2009, Stand 1.3.2010.

Statistisches Bundesamt (2009a): Arbeitstabelle 3.1 Unternehmensinsolvenzen nach Wirtschaftsbereichen. Jahr 2008, Stand 2.3.2009.

Statistisches Bundesamt (2009b): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – Ergebnisse der 12. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung. Stand 18.11.2009.

VIR (2012): Daten und Fakten 2012 zum Online-Reisemarkt. 7. Ausgabe, Oberhaching.

WEITERE THEMENREPORTS

Drosdowski, T., Stöver, B., Thobe, I. & Wolter, M.I. (2012): Erwerbsbeteiligung in Deutschland 2011: Frauen und Ältere nach Vorn. [GWS Themenreport 12/7](#), Osnabrück.

Bieritz, L. (2012): Die deutsche Immobilienwirtschaft – Regionale Besonderheiten vor dem Hintergrund steigender Preise. [GWS Themenreport 12/6](#), Osnabrück.

Thobe, I. (2012): Die Ernährungsindustrie – Stabile Branche mit Potenzialen – und Herausforderungen in der Personalplanung. [GWS Themenreport 12/5](#), Osnabrück.

Stöver, B. (2012): Die Gastronomie – Auswärts essen bleibt hoch im Kurs. [GWS Themenreport 12/4](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2012): Der Maschinenbau – ein Spätzykler auf Erfolgskurs: Update 1. Quartal 2012. [GWS Themenreport 12/3](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2012): Die Automobilindustrie – Gute Wachstumsperspektiven trotz zukünftiger Herausforderungen: Update 1. Quartal 2012. [GWS Themenreport 12/2](#), Osnabrück.

Bieritz, L. (2012): Die Energiewirtschaft – Energieerzeugung und –verbrauch einer Branche im Umbruch. [GWS Themenreport 12/1](#), Osnabrück.

Drosdowski, T.; Thobe, I. & Wolter, M.I. (2011): Erwerbsbeteiligung in Deutschland in 2010: Anstieg in höherem Alter setzt sich fort. [GWS Themenreport 11/9](#), Osnabrück.

Thobe, I. (2011): Die Ernährungsindustrie – Stabile Branche mit Potenzialen. [GWS Themenreport 11/8](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2011): Der Maschinenbau – Ein Spätzykler auf Erfolgskurs. [GWS Themenreport 11/7](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2011): Die Automobilindustrie – Gute Wachstumsperspektiven trotz zukünftiger Herausforderungen – Aktualisiert auf 2. Quartal 2011. [GWS Themenreport 11/6](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2011): Die Chemieindustrie – im Aufwind nach der Krise – Aktualisiert auf 2. Quartal 2011. [GWS Themenreport 11/5](#), Osnabrück.

Stöver, B. (2011): Die Gastronomie – Appetit nach mehr. [GWS Themenreport 11/4](#), Osnabrück.

Mönnig, A. & Walter, H. (2011): Die Chemieindustrie – im Aufwind nach der Krise – Aktualisiert auf 1. Quartal 2011. [GWS Themenreport 11/3](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2011): Die Automobilindustrie – Gute Wachstumsperspektiven trotz zukünftiger Herausforderungen. [GWS Themenreport 11/2](#), Osnabrück.

Mönnig, A. & Walter, H. (2011): Die Chemieindustrie – im Aufwind nach der Krise. [GWS Themenreport 11/1](#), Osnabrück.