

2014

Reisebüros und Reiseveranstalter



*Da fliegen sie
wieder*

gws

Themenreport 14/6

Herausgeber der gws Themenreports

Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH
Heinrichstr. 30
D - 49080 Osnabrück

Titel

Reisebüros und Reiseveranstalter – Da fliegen sie wieder. Update Dezember 2014.

Autor

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

ISSN 2195-7355

Gestaltung des Titelblattes: GWS mbH 2014.

© Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH 2014
Heinrichstr. 30 ▪ 49080 Osnabrück

Der Themenreport im Überblick

<u>DIE ERSTE SEITE</u>	0
<u>DIE BRANCHE IM ÜBERBLICK</u>	1
<u>WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG</u>	3
<u>KOSTENSTRUKTUR</u>	7
<u>UNTERNEHMENSSTRUKTUR</u>	10
<u>REFERENZEN</u>	13
<u>WEITERE THEMENREPORTS</u>	14

Die Erste Seite

Prognose bis 2015



Umsatz



Beschäftigung

Die Zahl

71 Mio.

Urlaubsreisen wurden zuletzt unternommen.

Marktplatz

- Die Nachfrage wird von den privaten Haushalten bestimmt. Ausgaben für **Pauschalreisen**: 6 Mrd. Euro (+2,4 %)
- Auch wichtig: **Geschäftsreisen**
- Wichtige **Einflussfaktoren**: Verfügbares Einkommen, Zukunftsaussichten, Internationalisierung
- **Kostenstruktur** unterscheidet sich: Hauptkosten Reisebüros sind Personalaufwendungen (Beratung), Hauptkosten Reiseveranstalter sind Materialaufwendungen (Reisepakete)
- Reisebüros werden weniger, Konkurrenz zum **Onlinemarkt** nimmt zu

Die Branche im Überblick

Deutsche reisen einfach gerne

Reisen ist das liebste Hobby der Deutschen. Bei der Konsumverwendung nimmt es eine zentrale Position ein und gewinnt gegenüber anderen Verwendungszwecken immer mehr an Bedeutung. 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. Gleichzeitig ändert sich der Distributionskanal. So hat sich das Buchungsverhalten der Kunden deutlich gewandelt.

Neben den privaten Endkunden beeinflussen auch gewerbliche Unternehmen in Form von Geschäftsreisen und Messe-/ Kongressveranstaltungen das Nachfragevolumen.

Die Branche unterscheidet sich entsprechend ihrer Untergliederung in WZ-79.11 (Reisebüros) und WZ-79.12 (Reiseveranstalter) in den Unternehmensformen und Beschäftigungsstrukturen. 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

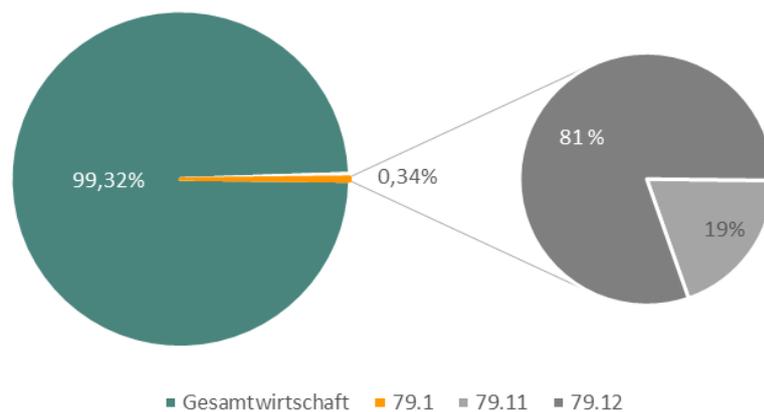
Reiseveranstalter ist in der Hinsicht fließend, als dass ein Reisebüro, sobald es mehrere Einzelreiseleistungen für den Kunden zusammenstellt, automatisch zum Veranstalter wird.

Umsatz

Laut Unternehmensregister (StBA 2014a) erwirtschaftete die Branche 79.1 2012 einen Umsatz von 20,9 Mrd. Euro, wobei gut zwei Drittel dem Bereich der Reiseveranstalter zuzurechnen sind (vgl. Abb. 1).

Gegenüber dem Vorjahr ist die Branche insgesamt um 12,9 % gewachsen. Die deutlich höhere Steigerung entfiel auf die Reiseveranstalter (14,7 %). Reisebüros konnten einen um 5,9 % höheren Umsatz erwirtschaften. Im Vergleich zum gesamtwirtschaftlichen Umsatzwachstum, das um +4,1 % zunahm, entwickelte sich die Branche dynamischer und gewann damit leicht an Bedeutung. Ihr gesamtwirtschaftlicher Umsatzbeitrag stieg von 0,32 % auf 0,34 %. Damit kommt der Branche mehr Bedeutung zu als beispielsweise der Luftfahrt (0,32 %), den Informationsdienstleistungen (0,19 %) oder den Heimen (0,14 %).¹

Abb. 1: Umsatzstruktur der Branche 79.1 (2012)



Quelle: StBA (2014a), eigene Berechnungen

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 hohe verfügbare Einkommen bei den privaten Haushalten. Dadurch wird einerseits mehr für Urlaubsreisen ausgegeben. Andererseits verlagert sich der Ausgabenfokus vermehrt auf Reise-, Freizeit- und Kulturausgaben dadurch, dass der Konsum für Einzelhandelsprodukte wie Bekleidung oder Einrichtungsgegenstände zunehmend gesättigt ist. 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.

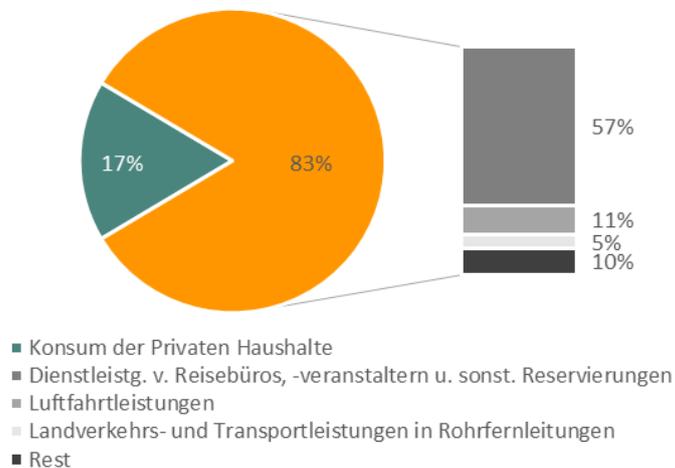
¹ Alle Zahlenwerte beruhen auf Informationen des Unternehmensregisters (StBA 2014a).

Wirtschaftliche Entwicklung

Absatzstruktur

Die produzierten Waren und Dienstleistungen der Reisebüros und Reiseveranstalter werden zu 17 % von den privaten Haushalten als Endprodukt nachgefragt (s. Abb. 2).² 83 % 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 57 % von fertig gestellten Reiseleistungen als Vorleistung durch die eigene Branche nachgefragt. Dienstreisen u. Ä. fallen, wenn sie vom Unternehmen direkt eingekauft werden, ebenfalls unter die Vorleistungen.

Abb. 2: Absatzstruktur der Branche 79 (2010)



Quelle: StBA (2014b), eigene Berechnungen

Privater Konsum

Die Konsumfreudigkeit der privaten Haushalte richtet sich nach ihrem verfügbaren Einkommen. Die Höhe des Einkommens bestimmt allerdings weniger, ob gereist wird, sondern wie viel und zu welchem Preis. Fast 71 Mio. Urlaubsreisen unternahmen die in Deutschland lebenden Haushalte 2013, d.h. 78 % der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren fuhr einmal für mindestens fünf Tage in den Urlaub (FUR 2014, S.2). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Mehr an 1,4 Mio. Urlaubsreisen (ebd.). Deutschland ist dabei seit langem mit einem Anteil von ca. 30 % ein beliebtes Reiseziel (ebd., 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 %) (ebd.). Ne-

² Die Angaben stammen aus der Input-Output-Tabelle (StBA 2014b), 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.

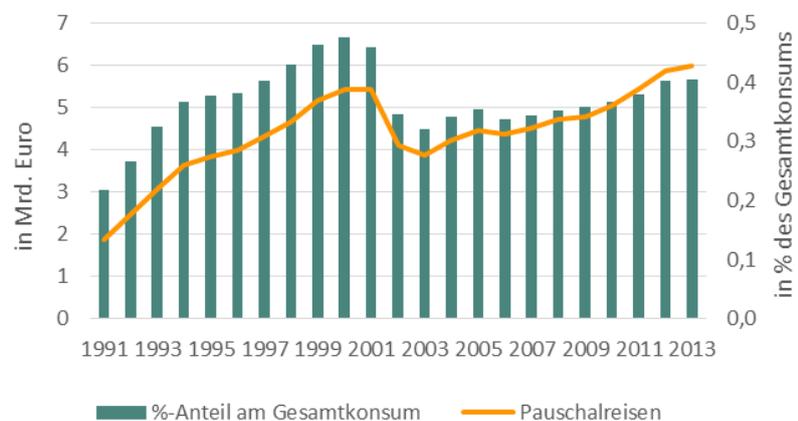
ben dem verfügbaren Einkommen beeinflusst auch das Wetter die Wahl der Destination und damit die Ausgabenhöhe. Je besser das Wetter in Deutschland ist, desto eher werden naheliegende Ziele wie die Nord- und Ostsee oder die Bergregionen gewählt. Weiter entfernte Reisen gewinnen insbesondere bei feuchten und kühlen Wetterlagen Zuspruch.

2013 beliefen sich die Ausgaben der privaten Haushalte für Pauschalreisen auf 6,0 Mrd. Euro und nahmen damit 0,4 % der gesamten Konsumausgaben in Anspruch (StBA 2014c). Wie in Abb. 3 zu erkennen, nahm der Anteil (grüne Balken) zwischen 1991 und 2000 kontinuierlich zu und verhalfen der Reisebranche zu einem Bedeutungszugewinn. Zwischen 2001 und 2009 kam diese Entwicklung zum Erliegen. Erst seit 2010 gewinnen die Konsumausgaben für Pauschalreisen langsam wieder an Gewicht, haben aber die Bedeutung von 2000 allerdings noch nicht wiedererlangt.

Zum Teil lässt sich diese Entwicklung mit den veränderten Buchungsmöglichkeiten und einer geänderten Reisepräferenz begründen. Pauschal- oder Bausteinreisen bedienen inzwischen nur noch 42 % (2005: 48 %) der gebuchten Urlaubsformen (FUR 2014, 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 (2014) errechnet für 2013 einen Betrag von 64,1 Mrd. Euro für Urlaubsausgaben, was 4,3 % der gesamten Konsumausgaben entspricht.

Neben der schwindenden Bedeutung der Urlaubsform Pauschalreise ändert sich auch das Buchungsverhalten. Immer mehr Unterkünfte, aber auch Pauschalreisen und Flugtickets, werden online gebucht (VIR 2014, S.37). Hiervon sind allerdings überwiegend die stationären Reisebüros betroffen. Reiseveranstalter sowie Online-Reiseportale und -Reisebüros profitieren hingegen von den Onlinebuchungen.

Abb. 3: Konsumausgaben für Pauschalreisen, absolut in Mrd. Euro und anteilig am Gesamtkonsum in %



Quelle: StBA (2014c), eigene Berechnungen

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. 32 % (DRV 2014, S.19). Die Gesamtkosten von Geschäftsreisen beliefen sich zuletzt auf 46,7 Mrd. Euro, wovon die Flug- und Übernachtungskosten den Hauptteil tragen (ebd., S. 24).

Prognose

Der Umsatz kann auch mittelfristig weiter gesteigert werden. Die Reisefreudigkeit der privaten Haushalte bleibt bestehen und sichert der Branche eine stabile Nachfrage. Zudem darf der Urlaub ruhig etwas kosten. Die Branche wächst damit auf der Endnachfrageseite über Qualität und nicht preisgetrieben, sodass sich die Renditeaussichten merklich verbessern sollten. Bei der gewerblichen Nachfrage passen die Unternehmen die Ausgabenhöhe ihrer Geschäftsreisen der konjunkturellen Lage an. Insgesamt kann die Branche ihre Umsatzaussichten 2015 gegenüber 2014 nochmals verbessern, ab 2016 schwächt sich das Wachstum leicht ab. Weniger positiv zeichnet sich die Entwicklung bei den Betrieben und den Beschäftigten. Insbesondere die Zahl der stationären Reisebüros reduziert sich infolge der Konkurrenz zum Onlinevertrieb seit Jahren. Diese Entwicklung wird sich auch mittelfristig fortsetzen. Verbunden mit den Geschäftsaufgaben sinkt auch der Personalbedarf, der bei Reisebüros zudem größer ist als bei Reiseveranstaltern (s. Kostenstruktur). Tab. 1 zeigt die prognostizierte Entwicklung im Detail.

Tab. 1: Prognostizierte Entwicklung wichtiger Branchengrößen

79.1 Reisebüros und Reiseveranstalter	2014e	2015e	2016e
	in %		
Umsatz	2,3	2,6	2,1
Betriebe	-1,6	-1,6	-1,7
Beschäftigte *)	-0,2	-0,2	-0,2

*) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Quelle: INFORGE13_2, SPARTEN08_14, eigene Berechnungen

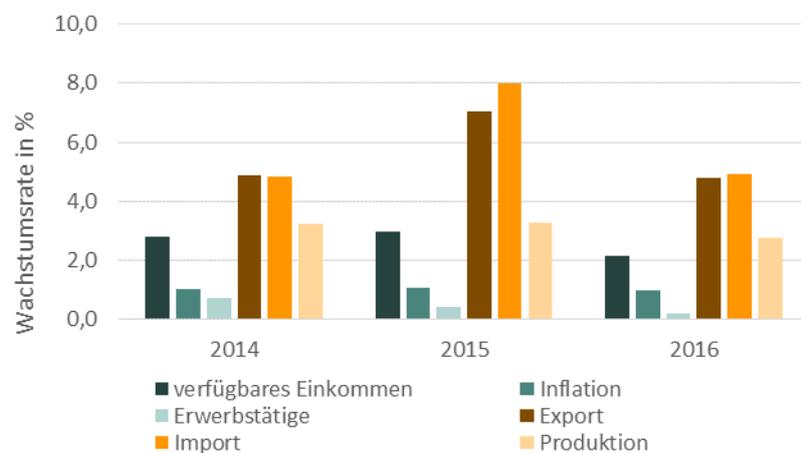
Einflussfaktoren

In Abb. 1 ist die Entwicklung maßgeblicher Einflussfaktoren für die Reisetätigkeit und damit Umsatzmöglichkeiten der Reisebranche nach privaten Haushalten (Grüntöne) und Unternehmen (Orangetöne) genauer aufgegliedert.

So können die privaten Haushalte damit rechnen, dass ihr verfügbares Einkommen in den nächsten Jahren um 2–3 % wächst. Die Preissteigerungen bei Konsumgütern liegen darunter, sodass auch real mehr Einkommen verfügbar sein wird. 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. Auch die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt stützt grundsätzlich diese Entwicklung. Bis 2016 sind stets mehr Personen erwerbstätig als im Vorjahr. Allerdings nehmen die Zuwächse kontinuierlich ab. Wenn dieser Prozess von den privaten Haushalten als negativ wahrgenommen wird und damit die Zukunftsangst anregt, könnte das Konsumzurückhaltung – auch bei den Reiseausgaben – zur Folge haben.

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.

Abb. 4: Entwicklung wichtiger Einflussgrößen des Branchenumsatzes



Quelle: INFORGE13_2, SPARTEN08_14, 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.

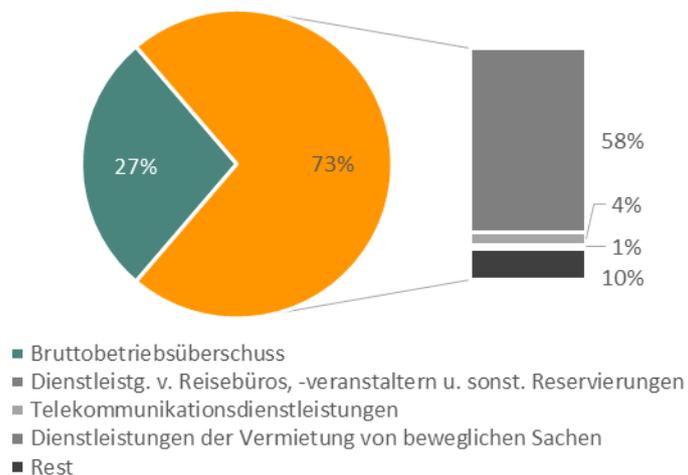
Kostenstruktur

Neben der Nachfrage sind auch die Entwicklung und Zusammensetzung der Ausgaben für ein erfolgreiches Bestehen im Markt relevant.

Zulieferer

Die Produktion bzw. die Erstellung von Reisedienstleistungen durch Reisebüros oder Reiseveranstalter besteht zu 73 % aus Vorleistungen; die übrigen 27 % bilden den Bruttobetriebsüberschuss (Abb. 5).³ Wie schon bei der Absatzstruktur, nehmen die In-Sich-Lieferungen eine überragende Bedeutung ein. 58 % tragen brancheninterne Vorleistungsprodukte zum Endprodukt bei. Mit großem Abstand werden zur Erstellung eines fertigen Reiseangebots Telekommunikationsdienstleistungen sowie Dienstleistungen der Vermietung von beweglichen Sachen (Autovermieter) benötigt.

Abb. 5: Herkunft der eingesetzten Vorleistungen der Branche 79 (2010)



Quelle: StBA (2014b), eigene Berechnungen

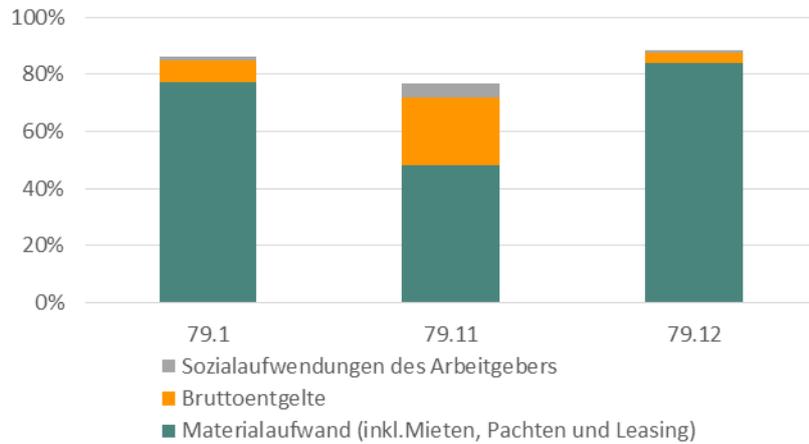
Aufwendungsarten

Bei der Art der Kosten überwiegen bei der Branche 79.1 die Materialaufwendungen. Sie nehmen 77 % des Umsatzes in Anspruch (s. Abb. 6, linker Balken). 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 (s. Abb. 6 mittlerer und rechter Balken). Während die anteiligen Aufwendungen für Material bei den Reiseveranstaltern mit 84 % noch höher liegen, bewegen sie sich bei den Reisebüros nur bei 48 %. Im Gegenzug brauchen letztere mit 24 % vom Umsatz wesentlich mehr für Personal als die Reiseveranstalter (4 %). 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 Einzelkompo-

³ siehe Fußnote 2 auf Seite 4.

nennten ein bzw. tragen die Reisekosten solange, bis sie vom Kunden beglichen wurden.

Abb. 6: Kostenstruktur der einzelnen Bereiche der Reisebranche (2012)



Quelle: StBA (2014d), eigene Berechnungen

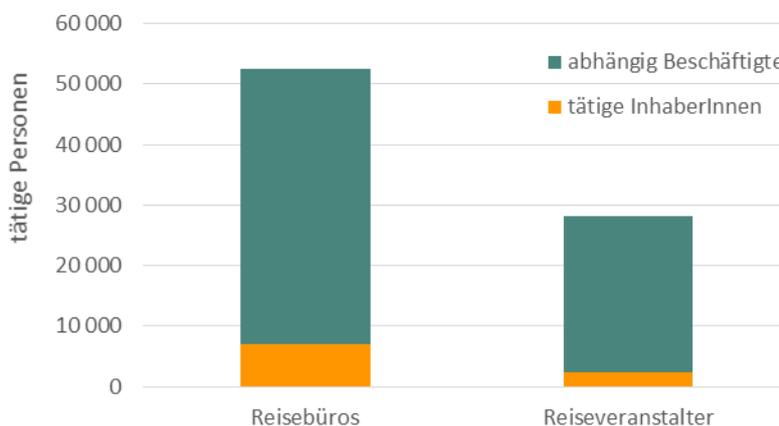
Beschäftigung

In der Berufsgruppe Tourismus und Sport, die zu einem überwiegenden Teil (über 70 %) von den Tourismuskauflenten repräsentiert wird, waren Ende März 2014 insgesamt mehr als 78 Tsd. Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt und damit ca. 57 Tsd. Tourismuskauflente (BA 2014).⁴ Die Berufsgruppe Tourismus und Sport stellt insgesamt ca. 0,3 % aller deutschlandweit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Davon ist der überwiegende Teil deutsch, nur 6,3 % der im Tourismus und Sport beschäftigten sind Ausländer. Zudem sind 71,5 % in Vollzeit beschäftigt. Immerhin 15,3 % arbeiten ohne beruflichen Ausbildungsabschluss in diesem Bereich. Genauer setzen sich die Fremdenverkehrsleute zu ca. 5 % aus Ausländer, zu ca. 72 % aus Vollzeitstellen und zu ca. 11 % aus Beschäftigten ohne Ausbildungsabschluss zusammen.

Unabhängig vom Berufsbild zählte die Branche 79.1 am 30. September 2012 80,7 Tsd. tätige Personen, wobei die meisten (65,2 %) in Reisebüros arbeiten (s. Abb. 7 **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). 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 74,8 % zur übergeordneten Branche bei. Allerdings nimmt der Anteil der abhängig Beschäftigten an den jeweiligen gesamtstätigen Personen in beiden Bereichen deutlich über 80 % ein.

⁴ Alle weiteren Zahlenangaben in diesem Abschnitt beziehen sich ebenfalls auf die Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach der ausgeübten Tätigkeit der Klassifikation der Berufe (KldB 2010) und ausgewählten Merkmalen, veröffentlicht von der Bundesagentur für Arbeit.

Abb. 7: Zahl und Art der tätigen Personen am 30. September 2012

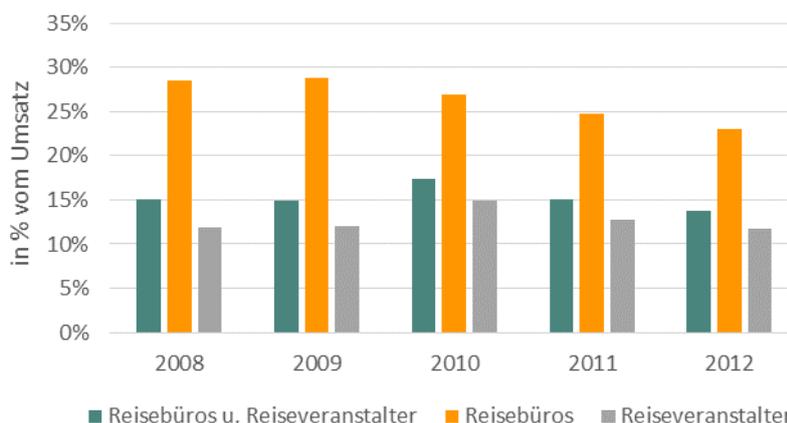


Quelle: StBA (2014d), eigene Berechnungen

Bruttobetriebsüberschuss

Die Branche 79.1 erzielte zuletzt einen Bruttobetriebsüberschuss⁵ in Höhe von 13,8 % des Umsatzes (s. Abb. 8 **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Damit erreicht der Wert nach einem Hoch im Jahr 2010 seinen bisher tiefsten Stand. Die rückläufige Entwicklung zeigt sich bei Reiseveranstaltern und Reisebüros gleichermaßen, wobei sie bei letzteren noch größer ausfallen. Seit 2009 haben die Reisebüros 5,9 %-Punkte verloren. Dennoch fällt er mit 23,0 % immer noch deutlich höher aus als bei den Reiseveranstaltern (11,7 %). Die große Diskrepanz zwischen den beiden Branchen ist dem hohen Gewicht der Materialaufwendungen bei den Reiseveranstaltern (s. Aufwendungsarten S. 7) geschuldet.

Abb. 8: Anteil des Bruttobetriebsüberschusses am Umsatz (in %)



Quelle: StBA (2014d), eigene Berechnungen

⁵ Der Bruttobetriebsüberschuss ergibt sich aus der Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten abzüglich Bruttoentgelte und Sozialabgaben.

Unternehmensstruktur

Struktur

In der Branche der Reisebüros und Reiseveranstalter überwiegen kleine Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten. Ihr Anteil liegt mit 93 % knapp über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnittswert von 91 % (s. Tab. 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 10 % 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 ungefähr denen der Gesamtwirtschaft entsprechen.

Tab. 2: Unternehmensstruktur (Verteilung in %) nach Beschäftigtengrößenklassen (2012)

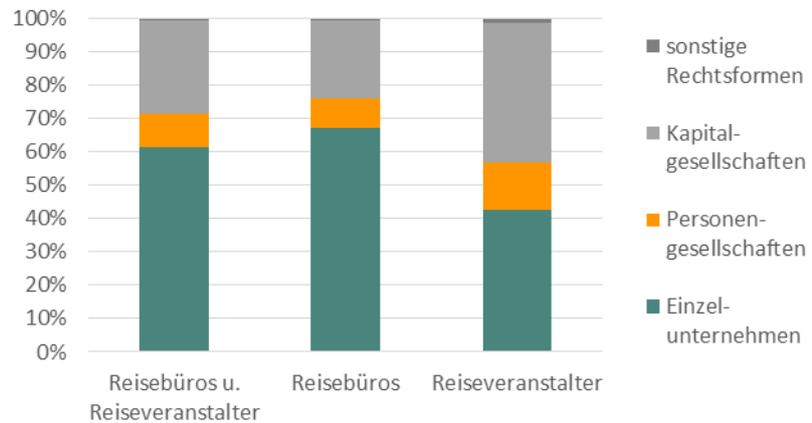
Verteilung der Unternehmen	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte			
	0 - 9	10 - 49	50 - 249	ab 250
79.1	93,2%	5,9%	0,8%	0,2%
79.11	94,8%	4,6%	0,4%	0,2%
79.12	87,8%	10,0%	1,8%	0,4%
Gesamtwirtschaft	90,9%	7,2%	1,6%	0,4%

Quelle: StBA 2014a, eigene Berechnungen

Diese Struktur spiegelt sich auch in der Rechtsform wider (s. Abb. 9). Bei den Reisebüros sind deutlich mehr Einzelunternehmen vertreten als bei den Reiseveranstaltern. Kapital- und Personengesellschaften 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. Das größte Reisevertriebssystem (Ketten und Franchise) ist beispielsweise die RTK Gruppe⁶ mit 4.008 Vertriebsstellen (DRV 2014, S.18). Daneben gibt es auch Filialen und Ketten, die von Kapitalgesellschaften wie TUI oder Thomas Cook direkt geführt werden. Bei den Reiseveranstaltern sind aus Haftungs Gesichtspunkten die Kapitalgesellschaften interessanter.

⁶ RTK steht für Raiffeisen-Tours-Kooperation.

Abb. 9: Unternehmensstruktur nach Rechtsform (2012)



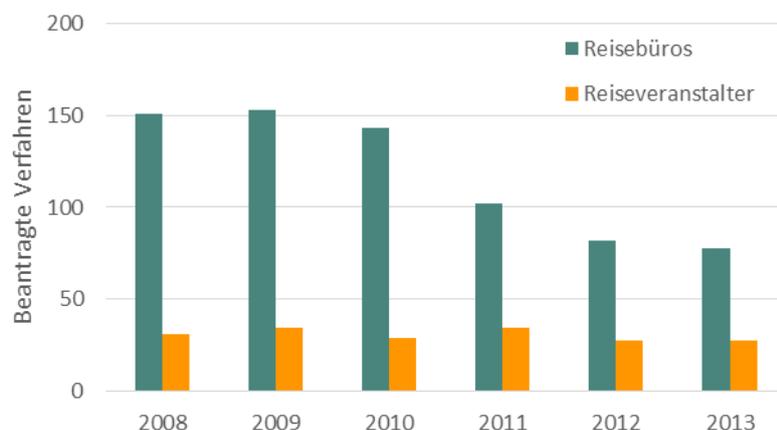
Quelle: StBA (2014d), eigene Berechnungen

Insolvenzen

Die Konkurrenzsituation ist relativ angespannt. Insbesondere Reisebüros werden zunehmend geschlossen. 2012 waren 1,4 % bzw. 138 Unternehmen weniger im Unternehmensregister (StBA 2014a) eingetragen als im Jahr zuvor. Nur für ca. 60 % davon wurde eine Insolvenz beantragt (StBA 2014e). 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 seit 2010 verringert (s. Abb. 10).

Anders entwickelt sich die Situation bei den Reiseveranstaltern. 2012 wurden 50 Unternehmen mehr registriert, was einen Zuwachs von 1,6 % bedeutet. Die Zahl der Insolvenzen schwankt um einen Wert von jährlich ca. 30 beantragten Verfahren. Auf fast jedes zweite 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.

Abb. 10: Beantragte Insolvenzverfahren



Vertriebskanal Internet

Quelle: StBA (2014e), eigene Darstellung

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. bahn.de, holidaycheck.de, booking.com) dominiert. Auf die Internet-Portale entfallen inzwischen 14 % (2013) aller getätigten Urlaubsbuchungen, was gegenüber 2005 eine Verdopplung bedeutet (VIR 2014, S. 35). Dennoch ist der Hauptabsatzkanal immer noch das persönliche Gespräch im Reisebüro (44 %) (ebd.).

Nicht alle Kunden werden vom Internet als Buchungsort gleichermaßen angesprochen. Die 41- bis 50-Jährigen sind diejenigen, die mit einem Anteil von 27 % am häufigsten online buchen, gefolgt von den 18- bis 30-Jährigen (23 %) und den 51- bis 60-Jährigen (21 %) (DRV 2014, S.22). Demografisch bedingt werden die beiden älteren Altersgruppen zunehmend an Gewicht gewinnen. 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 (DRV 2014, S.21). Bei stationären Reisebüros entfällt anteilig mehr Umsatz auf Reisen mit einer Vorausbuchungsfrist ab vier Monaten (ebd.).

Besonders wichtig für einen erfolgreichen Internetauftritt sind übersichtliche und preisgünstige Angebote, ein umfangreiches Angebot sowie einfache Bedien- und Buchungsfunktionen. 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 (BA) (2014): Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik. Sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte nach der ausgeübten Tätigkeit der Klassifikation der Berufe (KldB 2010) und ausgewählten Merkmalen, Stichtag 31.März, verschiedene Jahrgänge, Nürnberg.

DRV (2014): Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt 2013. Eine Übersicht zusammengestellt vom Branchenverband der Touristik. Berlin.

FUR (2014): Reise Analyse 2014 – Erste Ausgewählte Ergebnisse der 44. Reiseanalyse zur ITB 2014. Kiel.

Statistisches Bundesamt (StBA) (2014a): Statistisches Unternehmensregister. Unternehmen nach Wirtschaftsabteilungen und Größenklassen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Verschieden Berichtsjahre und Registerstände, E102/35211120-AUSW, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (StBA) (2014b): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Input-Output-Rechnung 2010. Fachserie 18 Reihe 2, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (StBA) (2014c): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Inlandsproduktsberechnung, detaillierte Jahresergebnisse 2013. Fachserie 18 Reihe 1.4, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (StBA) (2014d): Dienstleistungen – Struktur-erhebung im Dienstleistungsbereich. Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen. Fachserie 9 Reihe 4.5, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (StBA) (2014e): Arbeitstabelle 3.1 Unternehmensinsolvenzen nach Wirtschaftsbereichen. Verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden.

VIR (2014): Daten und Fakten 2014 zum Online-Reisemarkt. 9. Ausgabe, Oberhaching.

WEITERE THEMENREPORTS

Mönnig, A. (2014): Der Maschinenbau – ein Spätzykliker auf Erfolgskurs: Update April 2014. [GWS Themenreport 14/5](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2014): Die Chemieindustrie – Eine Spezialistin mit vielfältigen Einsatzmöglichkeiten, Update April 2014. [GWS Themenreport 14/4](#), Osnabrück.

Mönnig, A. (2014): Die Automobilindustrie – Das Nadelöhr zur Mobilität der Zukunft, Update April 2014. [GWS Themenreport 14/3](#), Osnabrück.

Thobe, I. (2014): Die deutsche Ernährungsindustrie – Weiter auf solidem Wachstumskurs, Update 2014. [GWS Themenreport 14/2](#), Osnabrück.

Bünemann, D. (2014): Friseur- und Kosmetiksalons – Service für jedes Alter und jeden Geldbeutel – von „Cut and Go“ bis Beautytempel, Erstbericht März 2014. [GWS Themenreport 14/1](#), Osnabrück.

Bieritz, L. (2013): Die deutsche Immobilienwirtschaft - Preisblasen oder Stabilisierung auf hohem Niveau? [GWS Themenreport 13/3](#), Osnabrück.

Ahlert, G. (2013): Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland - Ergebnisse des Sportsatellitenkontos 2008. [GWS Themenreport 13/2](#), Osnabrück.

Bieritz, L. (2013): Die Energiewirtschaft - Energieerzeugung und -verbrauch einer Branche im Umbruch. [GWS Themenreport 13/1](#), Osnabrück.

Stöver, B. (2012): Reisebüros und Reiseveranstalter. Malle oder Malediven? Auf jeden Fall weg. [GWS Themenreport 12/8](#), Osnabrück.

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 Spätzykliker 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 Spätzykliker 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.