

Quickonomy

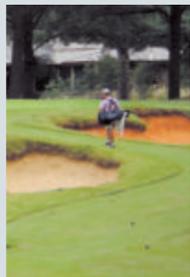
Nachrichten



Wirtschaftsfaktor Schulschikurs .. 4
Die Zahl der Schüler, die an Schulschikursen teilnehmen, geht stark zurück.

Teure Datendienste 7
EU-Telekom-Kommissarin Viviane Reding sagt den hohen Gebühren für das Daten-Roaming den Kampf an.

Stürmische Ostfantasie 14
Heimische Windkraftbranche sucht ihr Heil in Tschechien und in Ungarn.



Paradies nur für Nichtraucher ... 19
Eine Reise durch das Mutterland der Nichtraucher konfrontiert Touristen mit den kulturellen Eigenheiten in den USA.

Wohnen am dritten Grün 22
In den USA ist Wohnen an Golfplätzen voll im Trend, sie taugen als Vorgarten und lassen die Immobilienpreise steigen.

Kommentare

Rote Karte für Frühkapitalisten .. 16
Ohne funktionierende Gewerkschaften feiern frühkapitalistische Zustände in der Volkswirtschaft fröhliche Urstände.

Gute alte Sommerfrische 16
Die Sommerfrische ist für Familien und Senioren die Alternative zu Fernreisen.

Große Lust am Golf-Business 24
In Österreich gibt es noch Vorbehalte gegen das Wohnen am Golfplatz.

Parallelschwung 24
Die Deutschen sind nicht nur stolz auf ihr Fußball-Team, sondern scheinen auch ein perfekter Gastgeber zu sein.

Verlorene Zeit gesucht 24
Urlaub ist die Chance, sich auf das Abenteuer, Zeit zu haben, einzulassen.

Standards

Special Innovation	ab 13
Zahlenspiel	18
Dossier	ab 25
Schnappschuss	30
Reaktionen auf <i>economy</i>	31
Frage der Woche	31
Beraterdeck	32

IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/13
Verleger und Geschäftsführung: Christian Czaak
Chefredaktion: Thomas Jäkle (jake), Rita Michlits (rem)
Redaktion: Klaus Lackner (kl), Clemens Rosenkranz (rose), Jakob Steuerer
Autoren: Lydia J. Goutas, Michael Pand, Alexandra Riegler, Hannes Stieger (sti), Christine Wahlmüller, Eva Zettelmayer
Illustrationen: Killian Kada, Carla Müller
Titelbilder: Bilderbox.com
Produktion: Bernhard Grabner (Artredaktion), Tristan Rohrhofer
Lektorat: Elisabeth Schöberl Webredaktion: Klaus Lackner
Druck: Luigard, 1100 Wien Druckauflage: 35.000
Internet: www.economy.at E-Mail: office@economy.at
Tel.: +43/1/253 11 00-0 Fax: +43/1/253 11 00-30

Alle Rechte, auch nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz:
Economy Verlagsgesellschaft m.b.H.
Abonnement: 50 Euro, Studentenabo: 30 Euro
Probeabo: 10 Euro; abo@economy.at



Online-Buchungen: Tui spart sich 180 Mio. Euro an Provisionen

Umgehung der Reisebüros erspart Tui & Co Kosten

Reiseunternehmen setzen zunehmend auf Direktvertrieb.

Hannes Stieger

Das Geschäft mit Online-Reisebuchungen ist heute nicht, wie vor einem Jahrzehnt vorhergesagt, in Händen junger Internet-Start-ups. Im Gegenteil: Große, alteingesessene Reiseunternehmen setzen auf das Internet, um ihre Kosten zu drücken. Der Vorteil aus der Sicht der Unternehmen ist klar: Durch die Direktbuchung werden herkömmliche Reisebüros als Zwischenhändler ausgeschaltet.

180 Mio. Euro hat sich so beispielsweise das Reiseunternehmen Tui allein im Vorjahr gespart. Der online gebuchte Reiseumsatz bei Tui ist 2005 um 44 Prozent auf nicht weniger als 1,8 Mrd. Euro gewachsen. Zusammen mit Buchungen per Call Center fiel konzernweit bereits ein Viertel des Touristikgeschäftes außerhalb klassischer Reisebüros an. In Österreich hinkt man noch etwas hinten nach, der Internet-Anteil beträgt nur rund ein Prozent – letztes Jahr konnte aber ein Wachstum von 210 Prozent gemessen werden. „Im Endeffekt erwarten wir aber auch hier einen Umsatzanteil von zehn bis 15 Prozent“, prognostiziert Tui-Österreich-Sprecherin Karin Rifaat im Gespräch mit *economy*.

Fortsetzung von Seite 1

Italien (plus drei Prozent) erfreuliche Zuwächse. Verlierer ist derzeit die Türkei. Die Vogelgrippe zu Beginn des Jahres hätte das Verhalten der Österreicher entsprechend beeinflusst, obwohl von einer Bedrohung zumindest derzeit nichts mehr zu hören ist. Der „Karikaturenstreit“, so meint Lausenhämmer, habe ebenso das Buchungsverhalten beeinflusst.

Nach Griechenland und Spanien sowie interessanterweise nach Tunesien (auf Platz sieben) seien die Türkei-Urlauber hauptsächlich abgewandert. Tunesien konnte um neun Prozent zulegen. Die Bilanz für die Türkei könnte sich im Juni und Juli jedoch schlagartig ändern. Das Verkehrsbüro, aber auch Türkei-Spezialisten wie Gulet werden nochmals die Werbetrömmel schlagen. Wer unentschlossen ist und sich von den Fällen der Vogelgrippe, die fernab der Tourismuszentren aufgetreten sind, nicht irritieren lässt, kann einen günstigen Türkei-Urlaub machen. Wie eine Stichprobe von *economy* ergab, können nicht nur Tourismushochburgen wie Antalya, Alanya oder Istanbul günstig gebucht werden.



Wer eine Reise unternimmt, kann etwas erzählen. Wer online bucht, spart sich und dem Veranstalter Kosten. Foto: Bilderbox.com

my. Kostensenkung auf Kosten der Reisebüros – das will man freilich nicht so verstanden wissen. „Im Gegenteil, unser stationärer Betrieb erfährt ebenfalls Wachstumsraten“, sagt Rifaat.

Die heimische Fluglinie AUA setzt ebenfalls auf das Internet – mit Erfolg. Die Zahl der Internet-Buchungen von Jänner bis Ende April 2006 ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 62 Prozent gestiegen. In Österreich liegt der Internet-Buchungsanteil von Flügen bei rund 14 Prozent, weltweit sind es 6,6 Prozent, Tendenz steigend, so die AUA. Die Ersparnisse im Vergleich zum Reisebüro werden teilweise an den Kunden

weitergegeben, der sich allein an Buchungsgebühren zwischen 25 und 35 Euro pro Flug spart.

Kosten sparen – das ist das aktuelle Reizwort für Reiseunternehmen. STA Travel, ein Unternehmen mit einer knappen Mrd. Euro Umsatz, unterzieht sich derzeit in der Schweiz einer Roskur. Das Unternehmen halbiert das Filialnetz und will sich unter anderem auf Verkäufe via Internet konzentrieren. Auch in Österreich bekommen die Reisebüros den Preisdruck aus dem Netz kräftig zu spüren, die Umsatzrentabilität liegt mittlerweile unter einem Prozent. Dennoch wurden 2004 drei Mrd. Euro Umsatz erzielt.

Europaweit rechnet Tui für die Jahre 2006 bis 2016 mit einem Wachstum von jährlich fünf Prozent. An Bedeutung gewinnen die Generation 45 plus, die bereits über die Hälfte der Kunden ausmache.

Nah- und Fernziel Österreich

Nach Österreich sind im April und Mai um elf Prozent weniger Gäste gekommen. Einzig Wien (plus fünf Prozent) und Niederösterreich (0,8 Prozent) konnten zulegen. Die Tourismusexperten des Landes macht dies jedoch nicht nervös. „Das ist auf die Verschiebung der Feiertage gegenüber dem Vorjahr zurückzuführen“, erklärt Petra Öhlbeck von Statistik Austria. „Flug-Tickets nach Österreich sind billiger geworden, deshalb kommen künftig mehr Kurzurlauber, die im Schnitt nicht weniger Geld ausgeben als Touristen, die länger da sind.“

Wifo-Tourismusexperte Smeral glaubt indes, dass die deutschen Urlauber zurückhaltend sind. „Vorsicht-Sparen ist bei den Deutschen immer noch angesagt.“ Und gleichzeitig steige beim Nachbarn die Sparquote. Ein Umstand, der angesichts der Arbeitsplatzmiserie aus Sicht des Einzelnen verständlich, aber gesamtwirtschaftlich

ungünstig ist. Statt durch Konsumausgaben die Wirtschaft anzukurbeln, was neue Jobs schaffen könnte, horten die Deutschen ihre Gelder auf dem Sparbuch. Dafür wird Österreich als Fernreiseziel für Chinesen, Koreaner und Inder zunehmend interessant. Auch bei den Touristen aus den neuen EU-Ländern wie Polen, Tschechien und Slowakei werden Zuwächse erwartet. Für heuer rechnet das Wifo mit einem Plus von vier bis fünf Prozent bei den Sommerbuchungen. Städtetourismus, Mozartjahr, EU-Präsidentschaft sowie die „Vorzieheffekte“ wegen der Mehrwertsteuererhöhung in Deutschland – die Deutschen buchen jetzt noch günstig ihre Reisen – sind heuer die drei wichtigsten Wachstumstreiber für den heimischen Tourismus.

Modernisierung

Dass man auch im Tourismus ständig investieren muss, hat sich bis in den letzten Winkel der Alpenrepublik herumgesprochen. „Ein Bett mit Frühstück und Blick auf ein Seeufer ist zu wenig“, sagt Wifo-Experte Smeral. „In Österreich hat man langsam, aber sicher begriffen, dass man neben moderner ‚Hardware‘ auch Zusatznutzen wie Events anbieten muss.“