

Hotelplan Suisse schreibt schwarze Zahlen

Der Reiseveranstalter Hotelplan Suisse hat im Ende Oktober abgelaufenen Geschäftsjahr 2018/19 zwar einen leichten Umsatzrückgang hinnehmen müssen, aber dennoch gleich viel verdient wie im Vorjahr. Dies sei trotz zögerlichem Buchungsverhalten gelungen, teilte die Migros-Reisetochter am Dienstag vor den Medien in Zürich mit.



Bild: zvg

Anfang Jahr habe es einen Buchungstau für das Sommergeschäft gegeben, sagte der operative Chef, Daniel Bühlmann, am Dienstag vor den Medien. Der habe sich dann im Verlauf des Jahres gelöst. «Besonders bei den Reservationen für die Herbstferien konnten wir zulegen.»

Dennoch sei die Zahl der Kunden erneut leicht zurückgegangen, nachdem bereits im Geschäftsjahr davor die Passagierzahl um 2,5 Prozent auf 510'000 geschrumpft war. Man habe zwar weniger Kunden in den Reisebüros gehabt, aber die einzelnen Dossiers seien etwas grösser gewesen als im Vorjahr.

Betriebsgewinn stabil

Der Umsatz sei leicht unter das Vorjahresniveau von 601,2 Millionen Franken gesunken. Im Juni hatte Hotelplan Suisse mitgeteilt, dass man einen Umsatzrückgang von 2 Prozent erwarte. Genaue Zahlen gab der operative Chef nicht bekannt.

Allerdings habe Hotelplan Suisse weniger Risiken eingekauft als im Vorjahr, sagte Bühlmann. Die Marge sei deshalb besser als vor zwölf Monaten. «Wir sind ganz klar in den schwarzen Zahlen», sagte der operative Chef. Der Betriebsgewinn sei im Rahmen des Vorjahres ausgefallen. Die Höhe nannte er – wie üblich – nicht.

Man habe bei Nachverhandlungen bessere Konditionen herausholen können, erklärte Badeferienchefin Nicole Pfammatter. Zudem habe man die Risiken bei den Charterflügen reduziert. «Damit sind wir auf weniger Leerplätzen sitzengeblieben.»

Zudem gebe es eine Tendenz zu höherwertigen Reisen, sagte Travelhouse-Chef Tim Bachmann. Der Kunde gönne sich etwas mehr, wie beispielsweise einen Ausflug oder einen speziellen Transfer. Preiserhöhungen beim Einkauf habe es indes nur wenige gegeben. Auf vergleichbarer Basis seien die Preise global nicht gestiegen.

Marke von 600 Millionen als Ziel

Für das laufende Jahr zeigte sich Bühlmann zuversichtlich. Die Zahl der Buchungen habe nach einem verhaltenen Beginn in den letzten vier Wochen stark angezogen. «Wir erwarten, dass der Buchungstrend anhält», sagte Bühlmann am Rande im Gespräch mit der Nachrichtenagentur AWP. Für das laufende Geschäftsjahr sei das Ziel, die Umsatzmarke von 600 Millionen Franken wieder zu übertreffen.

Extrem stark zugelegt hätten die Buchungen für Dubai, sagte Pfammatter: «Dort sind die Preise mehr als nur attraktiv.» 4 bis 5 Nächte in einem Markenhotel in Dubai würden gleich viel kosten wie eine Woche auf den kanarischen Inseln. Die Frage sei allerdings, wie sich die Hotelpreise anlässlich der Expo entwickeln würden.

Ebenfalls ein starkes Wachstum zeigten die Malediven, Ägypten, die Türkei und Zypern. Das seien zusammen mit Dubai die Top-Destinationen, sagte Pfammatter. Weniger gefragt sind dagegen die kanarischen Inseln, Südafrika oder Kuba. Auch Kenia komme nicht mehr auf Touren. Insgesamt liege der Buchungsstand auf demselben Niveau des Vorjahres, sagte Bühlmann. (awp sda)

Publiziert am Dienstag, 12. November 2019