

Corona Auswirkungen auf die Tourismusbranche und Forderung nach Unterstützung

Stellungnahme der Verbände



Allianz Selbständiger
Reiseunternehmen –
Bundesverband e.V.



Bundesverband Individual- und Erlebnispädagogik e.V.
Bundesforum Kinder- und Jugendreisen e.V.
European Ropes Course Association
Bundesarbeitsgemeinschaft der Kinder- und Jugenderholungszentren e.V.
Reisenetz Deutscher Fachverband für Jugendreisen e.V.
Bundesverband führender Schulfahrtenveranstalter e.V.
asr Allianz selbständiger Reiseunternehmen Bundesverband e.V.:
FDSV Fachverband Deutscher Sprachreise-Veranstalter e.V.
Landesverband für Kinder- und Jugendreisen Berlin-Brandenburg e.V.
Arbeitsgemeinschaft Karibik e.V.
Forum anders Reisen e.V.

Die Ausbreitung des Sars-CoV-2 und insbesondere die damit einhergehenden Beschränkungen des weltweiten Reiseverkehrs haben eine starke Wirkung auf die globale Wirtschaft und die heimische Tourismusindustrie. Die Krise trifft vor allem kleine und mittelständische Unternehmen.

Die aktuelle Situation:

In China gilt absolutes Reiseverbot, Kreuzfahrtschiffe stehen wochenlang unter Quarantäne und zahlreiche Flugverbindungen sind vorerst gestrichen. Das Virus hat bereits jetzt gravierende Auswirkungen auf die Reisebranche:

- Schon heute verzeichnen Reisebüros, Beherbergungsbetriebe und Reiseveranstalter Buchungsrückgänge bis zu 80%, wie eine aktuelle, repräsentative Umfrage unter unseren Mitgliedsunternehmen in der vergangenen Woche ergeben hat
- Bereits gebuchte Reisen werden zunehmend storniert, auch hier, je nach Zielgebiet, bis zu 80% der Reisen – auch dies sind Daten unserer Mitglieder, decken sich aber auch mit dem Bild in anderen Verbänden.
- Reiseveranstalter müssen nach §651 h (4) BGB eingenommene Kundengelder zu 100% erstatten, wenn unvermeidbare außergewöhnliche Umstände wie eben die Corona-Pandemie zur Absage der Reise zwingen.
- Reisebüros müssen auf Provisionsauszahlungen verzichten, sprich: Beide Parteien erhalten Ihre Arbeit und Aufwendungen nicht vergütet, sondern müssen noch Mehrkosten tragen (Beratungsaufwand etc.)

Besonderheiten des Kinder- und Jugendreisens

- Bei Kinder- / Jugendreisen und Klassenfahrten ist die Situation besonders dramatisch: Der Bereich lässt schon im normalen Alltag nur geringe Margen der Anbieter bzw. kostendeckendes Wirtschaften zu.
- Die zahlreichen, oft gemeinnützigen und kleinen Anbieter treffen die hohen Stornoquoten und/oder angeordnete Reiseabsagen in besonderem Maße.
- Allein der Wegfall von ca. 1,3 bis 1,8 Mio. Teilnehmer*innen der jährlich ca. 60 – 80.000 Klassenfahrten in Deutschland wird eine nie dagewesene und bislang nicht vorstellbare, nachhaltige Wirkung entfalten.
- Durch eine fast durchweg dünne Finanzdecke bei den Anbietern, können die Ausfälle nur für sehr kurze Zeit kompensiert werden. Dabei müssen, genau wie bei allen Anbietern auch, große Beträge für Infrastruktur, Häuser und Personal bereitgestellt werden.
- Wenn es aufgrund der Krise zu Schließungen kommt, ist der Ausfall nach der Krise nur schwer wieder zu beleben. Aus diesem Grund ist nicht nur der Krisenfall an sich, sondern auch die Situation danach zu betrachten und der Bereich auf Hilfen angewiesen.

Das ist die Ist-Situation, heute am 13. März 2020.

Der Ausblick:

Niemand kann derzeit abschätzen, wie sich die Situation in den nächsten Wochen entwickeln wird. Wir befürchten, dass sich die Buchungslage weiter verschlechtern wird, zumal zwischenzeitlich viele Urlaubsländer Einreisesperren für Deutsche verhängen. Die ohnehin schwächelnde Konjunktur wird durch das Virus zusätzlich an Schwung verlieren, was die Nachfrage weiter dämpft. Hinzu kommen fast täglich neue Entscheidungen aus den Bundesministerien und dem Auswärtigen Amt, die konkreten und direkten Einfluss auf unsere Arbeit haben. Eine belastbare Personal- und Liquiditätsplanung ist touristischen Unternehmen daher zurzeit nicht mehr möglich.

Absagen von Großveranstaltungen und Messen, wie bspw. der ITB, stellen die Branche vor zusätzliche Herausforderungen, da hier in Messeauftritte und Kundenmaterial Zehntausende Euros investiert wurden, die an Dienstleister wie Messebauer gezahlt werden müssen, ohne dass aktuell Einnahmen oder Ausgleichszahlungen erfolgen.

Erste Insolvenzen aufgrund der aktuellen Krise sind bereits erfolgt, vor allem bei Asien-Veranstaltern. Wir befürchten jedoch, dass es bereits im zweiten Quartal eine Vielzahl von weiteren ungewollten Marktaustritten geben wird. Je nach Ausbreitung und Auswirkung des Sars-CoV-2 ergeben sich unterschiedliche Szenarien, aber im schlechtesten Falle ist durchaus mit einer Insolvenzwelle zu rechnen, die – wie im Vorjahr im Falle von Thomas Cook – erneut den zur Verfügung stehenden Betrag von 110 Mio. Euro p.a. pro Versicherer für die daraus resultierenden Rücktransportkosten und Kundenrückzahlungen sprengen könnte – eine Entwicklung, die niemandem nützen würde.

Unsere Forderungen an die Politik:

Machen Sie sich stark für schnelle und unbürokratische Hilfen für die Branche! Wichtig sind hierbei insbesondere folgende Maßnahmen:

- Veranstalter müssen bei erzwungenen Absagen von Reisen die ihnen entstehenden nachgewiesenen Kosten nach §651h (4) BGB in angemessenem Maß erstattet werden. Wir fordern: 50% Erstattung bis zu einem Höchstbetrag von €100.000 pro Veranstalter. Eine Beantragung muss unbürokratisch erfolgen können, eine schnelle Auszahlung, d.h. innerhalb von Tagen und nicht etwa Monaten, ist überlebenswichtig.
- Bundesweit einheitliche Übernahme (Garantien) der Stornokosten von Unterküften, Reiseveranstaltern und Programmanbietern für alle Reisen (bei Klassenfahrten: Übernahme der Stornokosten durch die Kultusministerien der Länder)
- Veranstalter müssen auch bei erzwungenen Absagen von Reisen Stornierungsgebühren erheben dürfen, die als unmittelbare Finanzhilfen erstattet werden.
- Veranstalter brauchen eine Regelung, die nach deutschem Recht den §651h BGB (4) und (5) dahingehend abändert, dass Veranstalter statt der Rückzahlung des Reisepreises auch einen Gutschein ausgeben dürfen.
- Reisebüros müssen bei erzwungenen Absagen von Reisen durch die Veranstalter im Rahmen von §651 h (4) BGB die entfallenen Provisionen in angemessenem Maß erstattet werden. Wir fordern: 50% Erstattung bis zu einem Höchstbetrag von €100.000 pro Reisebüro. Zur Beantragung und Auszahlung gilt das oben Gesagte.
- Die zum 1. April vorgesehene Erhöhung der Luftverkehrssteuer belastet alleine die deutschen Reiseveranstalter mit ca. 30 Mio. Euro für Tickets, die vor Inkrafttreten des Gesetzes bereits für den Sommer 2020 verkauft wurden. Die Einführung ist daher auf 2021 zu verschieben, denn diese zusätzliche Belastung können die deutschen Veranstalter derzeit schlichtweg nicht stemmen.
- Sämtliche Steuerzahlungen (Mehrwertsteuer, Luftverkehrssteuer, Gewerbesteuer etc.) sind bis 31.12.2020, in nachgewiesenen Härtefällen bis 31.12.2021 zu stunden.
- Berücksichtigung der Kinder- und Jugendreisen mit den spezifischen Strukturen und Belangen, dazu gehören auch pädagogische Programmanbieter, Jugendunterkünfte ebenso wie Ausbildungseinrichtungen, Trainerinnen und Trainer sowie vielfältige kleine, mittlere und große Organisationen der Bildung, Erziehung und Jugendhilfe.
- Berücksichtigung freier Anbieter in der Bildung und Erziehung. Sie übernehmen in der Vielfalt unseres Bildungssystems einen sehr hohen Stellenwert und dürfen nicht verschwinden.

Darüber hinaus sind ergänzend und flankierend die bereits öffentlich diskutierten Maßnahmen wie

- schneller und unkomplizierter Zugang zu KfW- Fördermitteln
- leichte und zügige Umsetzung von beantragter Kurzarbeit
- sofortige Schaffung von personellen Kapazitäten zur zügigen Unterstützung/Abwicklung bei der Bundesagentur für Arbeit
- sinnvoll aufeinander und praxisorientiert abgestimmte Liquiditätshilfen und Förderprogramme

sinnvoll. Diese allein wären aber keineswegs ausreichend.

Die Unterstützung, jetzt insbesondere finanzieller Art, muss unabhängig von Größe, Rechtsform und Angebot erfolgen. Sie muss schnell und unbürokratisch erfolgen!

Zudem sollten weitere unterstützende Maßnahmen, weitere Fördertöpfe und sowie zusätzliche Haushaltsmittel folgen, wenn der Höhepunkt der Krise abflacht, so dass die Arbeit der Unternehmen angekurbelt wird und Kunden wieder buchen.

Mögliche Marketingmaßnahmen sind bspw. Imagekampagnen, Roadshows