

## **Tourismus in der Deflation?**

Preiskämpfe, Schnäppchen-Angebote und eine „nimm 2 zahl 1“ Rabattpolitik sind derzeit häufig anzutreffende Instrumente der touristischen Verkaufsförderung. Der Kunde übt sich angesichts bekannter makroökonomischer Umstände in nobler Zurückhaltung - so die Begründung für derartige Lock-Angebote. Eilt die Tourismuswirtschaft mit diesen Maßnahmen denn gar in Richtung einer Deflation? Diese beschreibt einen Zustand, in dem es trotz - oder gerade wegen - eines Absinkens des Preisniveaus zu Nachfragerückgang und Kaufzurückhaltung kommt. Unterschiedliche Symptome des Wirtschaftszweigs unterstreichen derzeit dieses Szenario für den Tourismus:

Neben dem zahlreich - und über alle touristischen Anbieter wie Reiseveranstalter, Ketten-Stadt- und Ferienhotellerie hinweg - praktizierten Credo „Preise runter“ gibt es auch Verfechter der Devise: mehr Leistung für's gleiche Geld muss es sein! Die generösen Packages zu moderaten Inklusiv-Preisen beschneiden letztlich aber ebenso den realen Wert der dahinter stehenden Dienstleistung und wirken deflationär.

### **Wachsende Kaufzurückhaltung untergräbt die betriebliche Planungssicherheit**

Der Kunde reagiert in Konsequenz dieser Entwicklungen seinem Naturell entsprechend „smart“: er übt sich in abwartender Kaufzurückhaltung und schlägt erst dann zu, wenn er restlos überzeugt ist, noch mehr Leistung fürs gleiche - oder gar weniger - Geld geboten zu bekommen. Weitere Ursache der kurzfristigen Buchungen ist sicherlich auch die nach wie vor in der Bevölkerung präsente Angst vor dem Verlust des Arbeitsplatzes, sodass erst unmittelbar vor Reiseantritt eine fixe Reservierung vorgenommen wird.

Die Betriebe ächzen unterdessen in Anbetracht der extremen Kurzfristigkeit des Buchungsverhaltens und der damit verloren gegangenen Planungssicherheit. Unternehmerische Unruhe tritt zutage, woraufhin versucht wird, dieser mit Buchungsanreizen in Form attraktiver preislicher Angebote, Abhilfe zu verschaffen. Letztlich schüren damit die Unternehmer selbst die Preis-Fokussierung der Gäste und die Spirale dreht sich...

### **Inflation versus Deflation**

Die grundsätzlich noch offene Frage, ob in Folge der Wirtschaftskrise Inflations- oder Deflationsszenarien in Betracht zu ziehen sind, spaltet Ökonomen und Analysten. In einer selektiven Branchenbetrachtung des Tourismus zeigt zumindest dieser aktuell klare Signale einer deflationären Bewegung - wenngleich selbstverständlich auch eine Vielzahl an Betrieben durch überlegte Angebotsgestaltung eine Ausnahme zu dieser Regel bilden.

## leser forum

forum@tai.at

### Tourismus in der Deflation?

Preiskämpfe, Schnäppchen-Angebote und eine „nimm 2 zahl 1“ Rabattpolitik sind derzeit häufig anzutreffende Instrumente der touristischen Verkaufsförderung. Eilt die Tourismuswirtschaft mit diesen Maßnahmen in Richtung einer Deflation? Diese beschreibt einen Zustand, in dem es trotz – oder gerade wegen – eines Absinkens des Preisniveaus zu Nachfragerückgang und Kaufzurückhaltung kommt.

Unterschiedliche Symptome des Wirtschaftszweigs unterstreichen derzeit dieses Szenario: Neben dem zahlreich – und über alle touristischen Anbieter wie Reiseveranstalter, Ketten- Stadt- und Ferienhotellerie hinweg – praktizierten Credo „Preise runter“ gibt es auch Verfechter der Devise „mehr Leistung für's gleiche Geld“.

Der Kunde reagiert in Konsequenz dieser Entwicklungen seinem

Naturell entsprechend „smart“: er übt sich in abwartender Kaufzurückhaltung und schlägt erst dann zu, wenn er restlos überzeugt ist, noch mehr Leistung fürs gleiche – oder gar weniger – Geld geboten zu bekommen.

Die grundsätzlich noch offene Frage, ob in Folge der Wirtschaftskrise Inflations- oder Deflations-szenarien in Betracht zu ziehen sind, spaltet Ökonomen und Analysten. In einer selektiven Branchenbetrachtung des Tourismus zeigt zumindest dieser aktuell klare Signale einer deflationären Bewegung – wenngleich selbstverständlich auch eine Vielzahl an Betrieben durch überlegte Angebotsgestaltung eine Ausnahme zu dieser Regel bildet.

*Mag. (FH) Manuela Wiesinger*  
con.os tourismus.consulting