



Medienquelle	Print	Autor	LEA HAMPEL		
Auflage	291.824	Verbreitung	314.908	Seitenstart	15
Auch erschienen in	Süddeutsche Zeitung Ausgabe Bayern [+ 14 weitere Medien]				

Fliegen trotz Reisewarnung

Kaum ein Wirtschaftszweig ist von den Folgen der Corona-Pandemie so betroffen wie die Touristik. Die Unternehmen reagieren panisch und ignorieren Warnungen der Politik

VON LEA HAMPEL

München – Es war eine Ankündigung, die Wirbel auslöste: Der Reisekonzern Tui hat kurz vor den Herbstferien bekannt gegeben, trotz einer Reisewarnung ab dem 3. Oktober auf die Kanaren zu fliegen. Nun ist der Konzern weder der erste, der wieder Menschen um die Welt schickt, noch ist es Zufall, dass es sich um die Kanaren handelt. Darüber, dass vor den spanischen Inseln trotz der vergleichsweise wenigen Corona-Fälle gewarnt wird, wird seit Monaten gestritten. Doch dass der größte Konzern der Branche die Appelle des Auswärtigen Amtes letztlich für nicht relevant erklärt, hat Symbolkraft. Und es zeigt: Hier steht ein Wirtschaftszweig unter Druck wie nie zuvor.

Man könnte es als einen Akt der Verzweiflung sehen, rechnerisch ist er nachvollziehbar: Seit Beginn der Corona-Pandemie präsentieren kleine wie große Reiseunternehmen erschreckende Zahlen. Manche machen zehn, andere 30 Prozent des Jahresumsatzes vom Vorjahr, mehr schaffen wenige. Und auch die Zukunftssindikatoren geben wenig Grund zum Optimismus. So will einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Yougov zufolge nur einer von 20 Deutschen seine Herbstferien im Ausland verbringen. Und mehr als zwei Drittel der Befragten wollen überhaupt nicht verreisen. „Das Wasser steht der Branche bis zum Hals“, ist das Fazit von Norbert Fiebig, dem Präsidenten des Deutschen Reiseverbandes (DRV).

Wie oft, wenn der Druck groß ist, nimmt die nach außen gerichtete Wut zu

– und der Zusammenhalt. Und so hat sich die vergleichsweise kleinteilige Branche in der Krise in hohem Tempo politisiert. Da gab es einen Mitgliederzuwachs in Interessenverbänden. In rasantem Tempo fanden sich Reisebüros in sozialen Netzwerken zusammen, es wurden Petitionen gestartet, Demonstrationen abgehalten und offene Briefe verfasst.

In Richtung Politik hatten diese Schritte zwei Stoßrichtungen: Vor allem in der Anfangsphase haben Soloselbstständige, kleine und mittlere Unternehmen die geringe wirtschaftliche Unterstützung im Vergleich zu den Großen der Touristik sowie anderen Branchen beklagt. Viele hatten von einem auf den anderen Tag keine Kunden und keine Einnahmen mehr, aber gleichzeitig großen Aufwand mit Stornierungen und Umbuchungen. Seit Überbrückungshilfen geleistet werden, seit die Not des einzelnen Betriebs anerkannt ist, seit aber auch mehr über das Coronavirus bekannt wird, bekommt die Kritik eine neue Richtung.

Die Organisationskette ist in der Reisebranche schon in normalen Zeiten komplex

Und die richtet sich vor allem gegen die politischen Maßnahmen: Heute keine Reisewarnung, morgen doch – das erschwert den Touristikern den Alltag. „Unternehmen, die vom Wegfahren abhängen, kommen angesichts der Reisewarnungen und der dazugehörigen Änderungen kaum mehr hinterher“, sagt Markus Pillmayer,

der sich an der **Hochschule München** mit Tourismuspolitik befasst. Die Organisationskette ist in der Reisebranche ohnehin komplex – wenn sich die Rahmenbedingungen dauernd ändern, sei es quasi unmöglich, zeitgerecht und angemessen Informationen zu beschaffen und weiterzuverbreiten. Was die Reiseanbieter außerdem ärgert: Wie undifferenziert die Informationen sind. Anfangs, betont Ingo Lies, Chef des Spezialisten Chamäleon, habe man alle Vorgaben ernst genommen. Das habe sich erst mit der Zeit geändert. Neben den Kanaren gibt es mehrere Beispiele für aus Sicht der Touristiker verfehlte Pauschalurteile. Einerseits seien Inseln ohne Hotspot auf der Warnliste, meint DRV-Chef Fiebig. „Gleichzeitig empfiehlt die Bundesregierung Urlaub in Deutschland, obwohl in Bayern mehrere Corona-Hotspots sind. Das passt nicht zusammen.“ Vorgangene Woche hatte Gesundheitsminister Spahn dazu aufgerufen, die Herbstferien im Land zu verbringen. „Mit solchen Aussagen steuert die Politik die Reisewirtschaft in einen zweiten Lockdown“, sagt Fiebig und fordert „mehr Sachkunde in der politischen Debatte“. Chamäleon-Chef Lies sagt: „Wenn vor ganzen Ländern gewarnt wird, kommen einem Zweifel an der Sinnhaftigkeit.“ Selbst die geplante Differenzierung nach Regionen geht vielen nicht weit genug. Bei der Tui kann man sich vorstellen, von Insel zu Insel und nach einzelnen Orten zu entscheiden.

Bis es so weit ist, geht die Branche eigene Wege – so wie die Tui mit den angekündigten Kanarenreisen. Auch Alltours hat

beispielsweise schon zuvor Reisen in Regionen, vor denen gewarnt wird, nicht abge sagt. Und Chamäleon ist seit September wieder in Tansania und Namibia unterwegs und wirbt mit Videos für sichere Reisen zu Corona-Zeiten. Darin zu sehen sind Teilnehmer, die im Kleinbus oder beim Abendessen in Island sitzen und erzählen, dass nur die Händedesinfektionsmittel noch an die Pandemie erinnert hätten.

„Man muss darauf vertrauen, dass es gut wird.“

Ob in der Folge die Zahlen nun steigen werden oder nicht, einen Effekt dürfte der laute Unmut haben. Die oft vernachlässigte Branche mit immerhin dreimal so vielen Beschäftigten wie die Automobilindustrie dürfte in den Fokus rücken. Schon jetzt betonte der Tourismusbeauftragte Thomas Bareiß (CDU) beim Treffen der europäischen Tourismusminister am Montag, man müsse, auch wenn der Gesundheitsschutz nicht vernachlässigt werden dürfe, „den Menschen in Europa wieder eine möglichst große Reisefreiheit“ ermöglichen.

Ob die neue Aufmerksamkeit der Branche wirklich aus der Misere helfen wird, ist die andere Frage. Im Werbevideo für Kleingruppenreisen sagt eine Teilnehmerin optimistisch: „Man muss darauf vertrauen, dass es gut wird.“ Ein Glaubenssatz, der derzeit nicht nur für Touristen gelten dürfte.