

Wie der Megatrend TOURISMUS die Welt verändert

Megatrends wie der Tourismus verändern die Welt grundlegend und nachhaltig. Sie wirken nicht nur auf einige Bereiche, sondern betreffen alle Ebenen der Gesellschaft. Um mit der Zukunft Schritt halten zu können, müssen Unternehmen rasch auf diese Entwicklungen eingehen. Unternehmen, die das schaffen, stehen für Zukunftsfähigkeit und Wachstum. Der Raiffeisen-MegaTrends-Aktien ist ein globaler Aktienfonds, der in solche Unternehmen investiert.

Megatrend Tourismus: Wachstumsmarkt für Jahrzehnte

Investoren lieben bekanntlich kaum etwas so sehr wie Branchen mit nahezu garantiertem, **dauerhaftem Wachstum**. Die internationale Tourismusindustrie ist so eine Branche. Sie ist mittlerweile für über **10 % der globalen Wirtschaftsleistung** verantwortlich – und sie wächst weiter: jährlich um über 5 %. Während vier von fünf Bürgern noch nie in einem Flugzeug saßen, verdoppelt sich gleichzeitig das Passagieraufkommen alle 15 Jahre. Chinesische Touristen überrennen inzwischen förmlich viele Destinationen, dabei hat bislang erst einer von zehn Chinesen sein Heimatland verlassen. Auch Indien zeigt rasante Wachstumsraten bei Auslandsreisen. Ein Ende ist nicht absehbar und damit ist der Tourismus selbstverständlich ein Fall für den [Raiffeisen-MegaTrends-Aktien](#).

Wachstum und Umbruch im Tourismus



Es mag umso seltsamer anmuten, dass ausgerechnet in einer solchen Branche des Dauerwachstums mit **Thomas Cook** gerade das älteste und einst größte globale Tourismusunternehmen Pleite ging (*Anmerkung: Der Raiffeisen-MegaTrends-Aktien ist davon nicht betroffen.*) Viele Faktoren trugen dazu bei, nicht zuletzt eine fehlgeleitete Firmenfusion und daraus resultierende hohe Schulden. Vor allem aber waren es **starke Änderungen im Konsumverhalten** von Reisenden und der **technologische Wandel**, die letztlich das Ende bedeuteten. Und das, obwohl Thomas Cook sogar einer der ersten war, der in den 1990er-Jahren verstärkt auf Internet-Buchungen setzte. Digitalisierung, ein gnadenloser Wettbewerb und sich stark wandelnde Wünsche von Reisenden schaffen jedoch ein Umfeld, in dem neue Marktteilnehmer mit anderem Fokus deutliche Vorteile haben.

Neue Anbieter mit neuen Geschäftsmodellen wachsen rasant

Immer weniger Menschen haben Lust auf zwei Wochen pauschalen Strandurlaub in einer Bettenburg in Tunesien oder auf Mallorca. Im Gegenteil, die meisten Reisenden wollen heutzutage **Abwechslung**, etwas **Neues erleben**

und **Individualität**. So haben beispielsweise kurzfristige Städtetrips, die selbst zusammengestellt werden, dem klassischen Strandurlaub längst den Rang abgelaufen. Das Internet bietet mit hoher **Preistransparenz**, spielend **einfacher Erreichbarkeit** und einer stetig wachsenden Zahl von abrufbaren **Informationen** unendlich viele neue Möglichkeiten.

Klassische Reiseanbieter können da kaum mithalten. Neue Anbieter mit anderen Geschäftsmodellen hingegen florieren. Portale wie [Booking.com](https://www.booking.com), [Expedia](https://www.expedia.com) oder [Tripadvisor](https://www.tripadvisor.com) erlauben rasches, unkompliziertes Buchen vom PC, Tablet oder Handy aus. Außerdem bieten solche Portale wertvolle aktuelle Informationen, wie etwa Kundenfeedback zu Hotels, Restaurants und Tipps von anderen Reisenden. Mietwagen- und Flugportale können ohne aufwändigem Filialnetz mit einer minimalen Zahl von Angestellten täglich Millionen von Flügen und Autos vermitteln. Anbieter wie [AirBnB](https://www.airbnb.com) machen etablierten Hotels zunehmend Konkurrenz.

Reisewünsche im Wandel

Hochspezialisierte Reiseportale und Reiseanbieter fokussieren sich unterdessen auf den stark zunehmenden **Wunsch vieler Kunden nach außergewöhnlichen, neuen Reiseerlebnissen und Aktivitäten**. Zudem können sie auf diese viel schneller und **flexibler** reagieren als große, etablierte Reiseveranstalter.



Hätten Sie beispielsweise vermutet, dass die **Top-Attraktion** für ausländische Individualtouristen laut einem der größten Reiseportale eine Tour durch den größten Slum des Landes in Indien ist? Sie wird zumeist von jemandem geführt, der dort aufgewachsen ist und rangiert noch vor dem weltberühmte Taj Mahal. Der Punkt ist hier nicht das moralische Bewerten – es gäbe einiges an Pro und Contra zu solchen und ähnlichen Touren zu sagen (die übrigens weltweit zunehmend nachgefragt werden). Vielmehr soll das Beispiel illustrieren, dass der moderne Tourismusmarkt wie nie zuvor einem überaus **dynamischen Wandel** unterliegt. An den müssen sich alle Marktteilnehmer immer wieder anpassen, und nur wer das regelmäßig schafft, wird langfristig erfolgreich sein.

Megatrend Tourismus im Raiffeisen-MegaTrends-Aktien

Der [Raiffeisen-Megatrends-Aktien](#) ist derzeit in führenden Online-Reiseportalen wie booking.com, Tripadvisor sowie in der Mietwagenfirma [Sixt](#) investiert. Das Thema „**Tourismus 2.0**“ umfasst aber noch weit mehr, denn **das zunehmende Reisen beeinflusst auch viele andere Branchen sehr stark**.

Die bereits angesprochenen **chinesischen Touristen** etwa kaufen mit Vorliebe europäische **Luxusartikel** und lieben geradezu das **Glücksspiel**. Deswegen engagiert sich der Fonds beispielsweise im Schweizer Unternehmen [Swatch](#), das nicht nur die namensgebenden Plastikuhren, sondern auch Luxusmarken wie [Omega](#), [Breguet](#), [Blancpain](#) oder [Glashütte](#) in ihrem Portfolio hat. Er ist auch in [Sands China](#) investiert, einem Tochterunternehmen des amerikanischen Casinobetreibers Las Vegas Sands Corp. Das Unternehmen ist größter Casinobetreiber in Macao. Dort wird mittlerweile mehr Geld verzockt als in Las Vegas selbst – zum Großteil von Chinesen, die extra zum Glücksspiel anreisen und einfliegen. Und was die Online-Affinität der Chinesen betrifft: Die ist ja prinzipiell weit stärker ausgeprägter als bei uns. Auch die großen chinesischen Internetunternehmen wie [Alibaba](#) und [Tencent](#)

profitieren erheblich von der steigenden Reisetätigkeit der Chinesen.



Fazit

Die weltweite **Tourismusbranche bietet Wachstumspotenzial** für die nächsten Jahrzehnte und verändert sich dabei zugleich so dynamisch wie nie zuvor. Der [Raiffeisen-MegaTrends-Aktien](#) ist in mehrere Unternehmen investiert, die davon **direkt oder indirekt profitieren** können. Aus Sicht des Fondsmanagements sind diese auch für die Zukunft aktuell besonders gut aufgestellt. Der **technologische Umbruch** ist dabei noch in vollem Gange. Dieser wird ebenso wie gesellschaftliche oder politische Fragestellungen (Stichwort Klimawandel) die Unternehmen auch immer wieder vor neue Herausforderungen stellen. Daher sind auch in diesem Markt eine **kontinuierliche sorgfältige Beobachtung und eine gute Unternehmensauswahl durch das Fondsmanagement vonnöten**. Die mit Aktieninvestments grundsätzlich verbundenen Risiken, wie etwa das Markt- oder das Aktienkursrisiko, gelten selbstverständlich auch für die Unternehmen der Tourismusbranche.

Günther Schmitt, Fondsmanager des Raiffeisen-MegaTrends-Aktien

*Dies ist eine Marketingmitteilung der Raiffeisen Kapitalanlage GmbH, Mooslackengasse 12, 1190 Wien.
Stand/Erstelldatum: Oktober 2019*

Ein Investmentfonds ist kein Sparbuch und unterliegt nicht der Einlagensicherung. Veranlagungen in Fonds sind mit höheren Risiken verbunden, bis hin zu Kapitalverlusten. Der veröffentlichte Prospekt bzw. das Kundeninformationsdokument (Wesentliche Anlegerinformationen) des Raiffeisen-MegaTrends-Aktien stehen unter www.rcm.at sowie www.raiffeisen-salzburg-invest.com in deutscher Sprache zur Verfügung. Der Raiffeisen-MegaTrends-Aktien weist eine erhöhte Volatilität auf, d.h. die Anteilswerte sind auch innerhalb kurzer Zeiträume großen Schwankungen nach oben und nach unten ausgesetzt, wobei auch Kapitalverluste nicht ausgeschlossen werden können.

Raiffeisen Capital Management steht für Raiffeisen Kapitalanlage GmbH oder kurz Raiffeisen KAG

Bildquelle: pixabay, shutterstock