

TUI greift Kuoni bei teuren Reisen an

Gerade als die Schweizer Marke durchstarten will, verstärkt sich der deutsche Riese

Zürich Unruhe im Schweizer Reisemarkt. TUI Suisse, die Schweizer Tochter des deutschen Touristikonzerns TUI, gab diese Woche bekannt, dass sie Ende Oktober die erste Airtours-Travel-Boutique in der Nähe der Zürcher Bahnhofstrasse eröffnen wird. Es ist das erste Reisebüro weltweit unter diesem Markennamen. Airtours ist die Luxusmarke von TUI. Wer Reisen unter diesem Namen bucht, logiert ausschliesslich in Fünf- und Sechssternhotels und profitiert von Extras wie der Abholung mit der Limousine zu Hause oder dem Zugang zu einer Lounge am Flughafen.

Wird das Reisebüro ein Erfolg, sollen mittelfristig weitere der insgesamt 65 Schweizer TUI-Filialen in Airtours umfirmiert werden, wie Sprecherin Bianca Schmidt ankündigt. Zudem werden die normalen TUI-Reisebüros umgestaltet, um der Marke Airtours mehr Gewicht und den Reisebüros einen edleren Touch zu geben.

Einer dürfte an diesen Plänen keine Freude haben: Dieter Zümpel. Der Chef von Kuoni Schweiz richtet derzeit all seine Kräfte darauf, Kuoni wieder auf den Erfolgspfad zurückzuführen. Die Traditionsmarke war über Jahrzehnte die unbestrittene Nummer eins im Premiumsegment. Doch im Zug des Verkaufs von Kuoni Schweiz an die Deutsche DER Touristik

wurde sie in die Tiefe gerissen, die Umsätze schrumpften drastisch, das Unternehmen schreibt dieses Jahr zum wiederholten Mal einen Verlust. Ob es im kommenden Jahr für ein ausgeglichenes Ergebnis reicht, ist fraglich. Ausgerechnet jetzt, wo Dieter Zümpel die verkümmerte Marke Kuoni endlich wieder richtig ins Spiel bringen will, funkt ihm TUI dazwischen.

Schweizer sind bereit, für ihre Reisen mehr auszugeben

Gleichzeitig mit der Lancierung des Luxusreisebüros unter der Marke Airtours stellt TUI nämlich auch seine Billigmarke 1-2-Fly ein. Der Entscheid kommt aus der TUI-Zentrale in Deutschland, doch der Schweizer Tochtergesellschaft scheint der Richtungswechsel nur recht zu sein. Denn das Billigsegment ist durch die Verlagerung des Geschäfts ins Internet beinahart geworden. Das grosse Geld ist dort nicht mehr zu machen. Stattdessen versprechen teurere Reisen und Exklusivitäten auf einzelne Hotelmarken höhere Margen.

Dass die Schweizer bereit sind, für ihre Reisen etwas tiefer ins Portemonnaie zu greifen, zeigt die Entwicklung von Airtours. Die Marke wurde von TUI Schweiz erst vor knapp drei Jahren eingeführt und legte seither laut Angaben des Unternehmens überproportional zu. Karin Kofler

Raiffeisen wird zum Immobilienmakler

Finanzdienstleister kurbeln ihr Hypogeschäft an und drängen in den Immobilienmarkt

St. Gallen Raiffeisen will nicht mehr nur eine Bank sein. Die Genossenschaft steigt neu ins Maklergeschäft ein. Mit einem Marktanteil von 17,5 Prozent ist sie bereits die Nummer 1 im Schweizer Hypothekemarkt. Um weiter zu wachsen, bietet sie ab Oktober die ganze Dienstleistungspalette aus einer Hand – von der Vermittlung über die Bewertung bis zur Finanzierung.

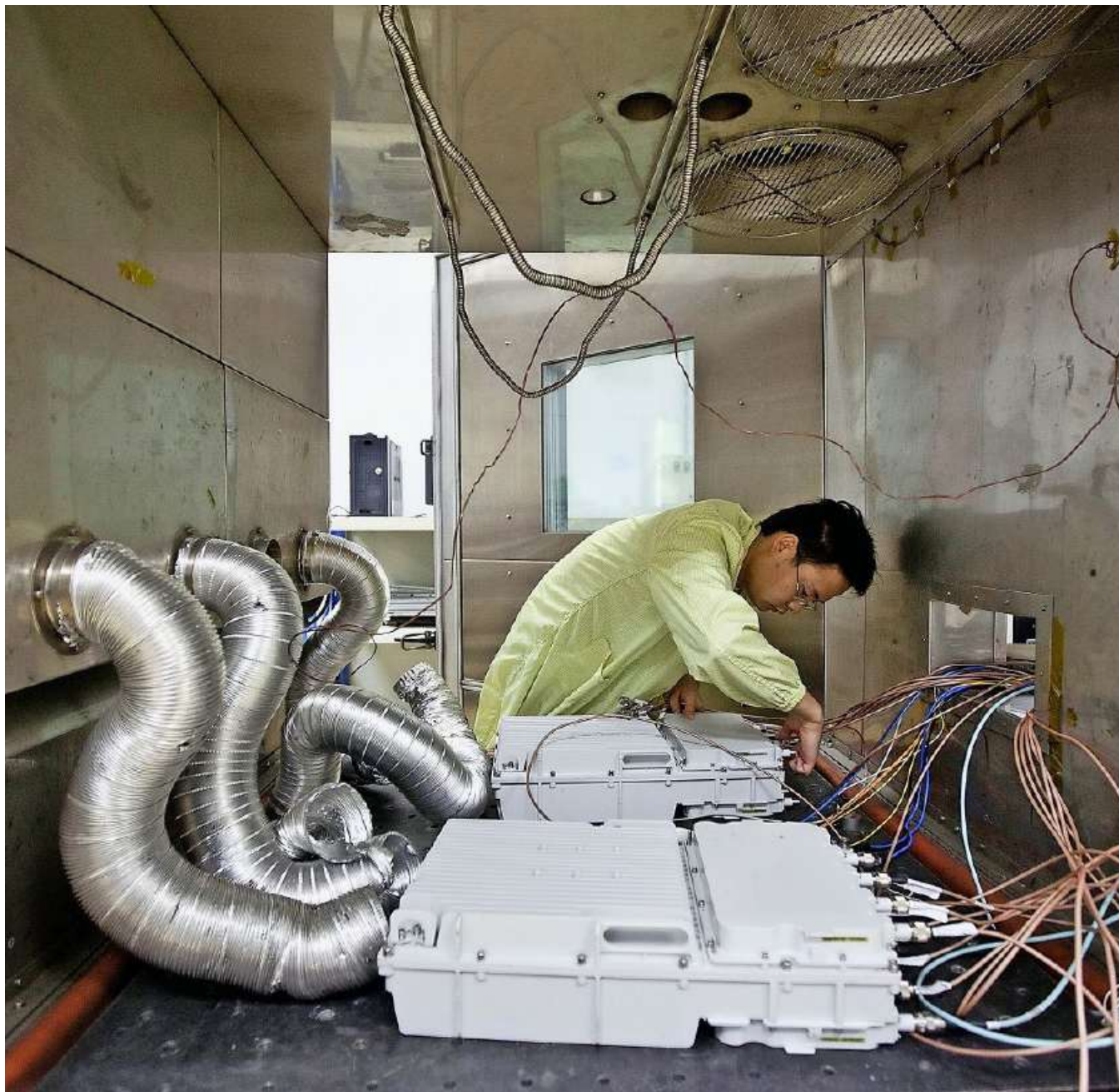
Sie hat dazu eine eigene Tochtergesellschaft, die Raiffeisen Immo AG, gegründet. Diese Woche starten die 13 Raiffeisenbanken in der Nordwestschweiz mit dem Pilotbetrieb unter dem Namen Raiffeisen Casa, im November folgt das Berner Oberland.

«Wir bieten schon viele Dienstleistungen ums Thema Wohnen, jetzt bündeln wir sie und verlängern unsere Wertschöpfungskette um die Vermarktung von Wohneigentum», sagt Roland Altwegg, Chef Produkte und Kooperationen bei Raiffeisen Schweiz. In Deutschland und Österreich machten das die Genossenschaftsbanken schon länger erfolgreich. Altwegg rechnet damit, dass in der Schweiz von den rund 30000 Handänderungen pro Jahr ungefähr die Hälfte über Makler abgewickelt werden. «Da wollen wir Marktanteile gewinnen.»

Die Konkurrenz bleibt gelassen. «Die Banken versuchen, damit ihr Hypothekengeschäft anzukurbeln», sagt Rainer Jöhl, Chef von Remax Switzerland. «Aber viele Kunden wollen nicht alles von ihrer Bank beziehen, sondern suchen eine unabhängige Beratung.» Mit mehr als 90 Büros und über 300 Maklerinnen und Maklern ist Remax gemäss eigenen Angaben die Nummer 1 bei der Vermittlung von Wohneigentum in der Schweiz.

Unabhängige Makler würden ihren Kunden möglicherweise nicht gerne eine Bank für die Finanzierung empfehlen, wenn diese plötzlich als Konkurrentin auftritt, meint ein anderer Makler. Zudem könnten Interessenkonflikte entstehen, wenn die Bank gleichzeitig als Finanzierer und als Makler auftritt.

Raiffeisen ist nicht das erste Finanzinstitut, das den Schritt zum Immobilienhändler wagt. Seit rund fünf Jahren mischt der Lebensversicherer Swiss Life mit dem Geschäftsbereich Immopulse im Maklergeschäft mit und bietet ebenfalls von der Vermarktung bis zur Finanzierung die ganze Palette aus einer Hand. Von Immopulse kommt denn auch der Geschäftsführer der Raiffeisen Immo AG, Andreas Sorge. Armin Müller



Grösster Netzwerk-Ausrüster der Welt: Ingenieur beim Testen

Simone Luchetta

Shenzhen Gut zwei Dutzend geladene Journalisten aus Westeuropa lauschen konzentriert den stolpernden Worten Richard Yus. Das Englisch des Chefs von Huawei's Smartphone-Geschäft ist nicht ganz leicht zu verstehen: «Wir wollen nicht nur die Nummer 1 werden, das wäre zu simpel, da wir das Geld, die Technik und die Leute haben, die es dazu braucht», sagt er selbstbewusst. «Mein Ziel ist es, die führende Premiummarke zu sein. Wir wollen bei den Highend-Geräten Apple und Samsung überholen.»

Solch markige Worte sind typisch für den 48-jährigen Mr. Yu, der eigentlich Yu Chengdong heisst und seit 1993 für den chinesischen Netzwerkkriesen arbeitet, den man übrigens «Wa-wei» ausspricht. Das heisst so viel wie «Hallo Welt», und genau davon träumt Mr. Yu: dass die Welt mit seinen Geräten Hallo sagt. Von seinen Smartphones soll auch die westliche Welt schwärmen, wie sie das heute für ein Samsung Galaxy 8 oder ein iPhone X tut. Mit dem Flaggschiff Mate 10, das Yu am 16. Oktober als Antwort aufs iPhone X in München lanciert, will er «das beste Smartphone» liefern, das die Welt je sah.

Ein Drittel der Weltbevölkerung kommuniziert mit Huawei-Technik

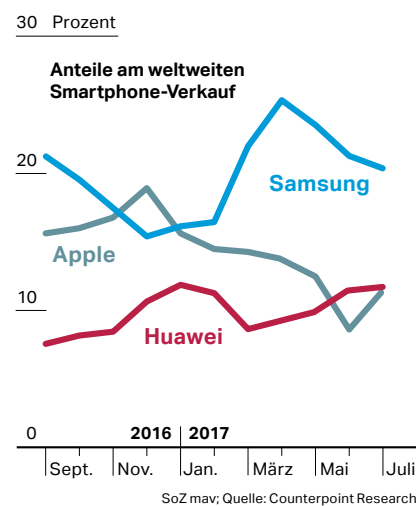
Tatsächlich sind die Chinesen auf gutem Weg, an die Weltspitze vorzustossen. Erstmals hat Huawei im Juni und Juli mehr Smartphones abgesetzt als Apple und den iPhone-Hersteller auf den dritten Platz verwiesen. Die Nummer eins bleibt vorerst der südkoreanische Hersteller Samsung. Huaweis Handygeschäft wächst unfassbar schnell, jedes Jahr gehen rund 30 Prozent mehr chinesische Geräte über den Ladentisch, während andere wie Microsoft oder HTC, dessen Handysparte eben an Google ging, die Produktion einstellen.

Was so schnell wächst und aus China kommt, macht Angst und muss allenthalben mit Misstrauen rechnen. So wurde Huawei vom US-Senat beschuldigt, die Firma spioniere im Auftrag der chinesischen Regierung Amerika aus, Beweise blieben allerdings aus. Richard Yus grösste Herausforderung bleibt dennoch, Vertrauen zu schaffen. Wichtige Positionen werden deshalb mit Ausländern besetzt. Ein Coup gelang etwa vor vier Jah-

Huawei auf dem Weg zur Nummer 1

Mit einem Startkapital von nur 5600 Dollar startete der chinesische Handyhersteller – jetzt kämpft er mit Samsung und Apple um den Spitzenplatz

Huawei überholt Apple



Steigende Verkäufe

