

Reto D. Rüfenacht: «Wir dürfen bald mit guten Kuba-Nachrichten rechnen»

Von TRAVEL INSIDE - 04.08.2020

Die Jubiläumsparty «20 Jahre Caribbean Tours» musste wegen Corona abgesagt werden. Dank solider Finanzierung und einem tollen Team blickt der VR-Präsident aber zuversichtlich in die Zukunft.



Reto D. Rüfenacht

Ende August hätte in Havanna auf Kuba die grosse, mehrtägige Jubiläumsparty «20 Jahre Caribbean Tours» über die Bühne gehen sollen. Wegen Corona musste Reto D. Rüfenacht (Verwaltungsratspräsident) und sein Team die Feierlichkeiten nun absagen. Wie hat sich das Unternehmen in dieser Zeit entwickelt? Mit welchen Massnahmen wurde den Herausforderungen der aktuellen Krise begegnet und wann rechnet Reto D. Rüfenacht mit einer Rückkehr des Tourismus an seine Zielgebiete in der Karibik? Im Interview mit TRAVEL INSIDE Journalist Urs Hirt gibt er Antworten auf alle diese Fragen.

Reto Rüfenacht, Caribbean Tours feiert dieses Jahr das 20-jährige Bestehen. Wie hat sich die Firma in dieser Zeit entwickelt?

Aus einer kreativen Idee wurde der führende Destinations-Spezialist für Rundreisen und MICE in Kuba.

Wo erfolgte der Start und wo sind Sie heute überall tätig?

Es ging vor 20 Jahren in Kuba los und acht Jahre später mit dem Büro in Santo Domingo in der Dominikanischen Republik von wo aus auch Haití bedient wird.

Wie viele Mitarbeitende beschäftigten Sie Ende 2019 und welchen Jahresumsatz erzielten Sie?

Nach den Boom-Jahren 2016/2017 nahm die Nachfrage nach Kuba gewaltig ab und so reduzierte sich auch unser Umsatz und die Pax-Zahlen. Im Jahr 2019 haben rund 80 Mitarbeitende knapp CHF 17 Mio. erwirtschaftet.

Wie verteilt sich Ihr Geschäft prozentual auf die drei Destinationen?

Kuba ist mit Abstand unsere Hauptdestination und Haití das «exotische» Nischenprodukt. In der Dominikanischen Republik entwickelt sich erst jetzt ein Rundreisetourismus, ein Segment, in dem Caribbean Tours führend ist.

Wie viele Reisenden durften Sie im letzten Jahr betreuen?

Im letzten Jahr durften wir 15'000 Gäste begrüßen.

Wer sind Ihre Hauptkunden, also TO und Reisebüros, und aus welchen Ländern kommen diese bzw. wo liegen die Hauptquellmärkte?

Die meisten unserer Gäste kommen aus den Quellmärkten Deutschland und Schweiz. 2019 haben wir zum ersten Mal die 20%-Marke überschritten mit dem Anteil der Gäste aus dem nicht-deutschsprachigen Raum, allen voran Europa mit Belgien, Niederlande, Finnland, Vereinigtes Königreich und Spanien an der Spitze. In Übersee waren wir vor allem in Brasilien, Australien und Israel erfolgreich.

Welche Schwerpunkte setzen Sie bei Ihren Angeboten?

Wir geniessen einen exzellenten Ruf als Destinations-Spezialist mit lokaler Expertise und Schweizer Service-Mentalität. Wir sind besonders bekannt für unsere eigenen Rundreisen und einmalige MICE-Events, sowie für exklusiv ausgearbeitete Privatrundreisen, die auch auf besondere Interessen und Aktivitäten eingehen. Als drittes Standbein vertrauen uns führende Reiseveranstalter aus der Schweiz und Deutschland ihre Kuba- und DomRep-Katalogreisen unter eigener Marke an.

Wie sieht aktuell in Corona-Zeiten die Situation an Ihren Destinationen aus?

Im März 2020 kam unser Geschäft durch die Grenzschliessungen zum Stillstand. In der Zwischenzeit sind die Grenzen zur Dominikanischen Republik wieder auf, aber es besteht weiterhin eine Reisewarnung bzw. das Land befindet sich auf der Schweizer Risikoliste trotz spezifischer Massnahmen für sicheres und gesundes Reisen. In Kuba ist Havanna immer noch in der Öffnungsphase 1 mit geschlossener Grenze und Flughafen. Nur die Flughäfen und Hotels auf den Cayos sind geöffnet und für ausländische Gäste in Betrieb.

Im persönlichen Gespräch mit dem Tourismusminister letzte Woche wurde unserer Geschäftsführung allerdings zugesagt, dass wir sehr bald mit guten Nachrichten seitens Kuba rechnen dürfen und wir zuversichtlich die Wintersaison ab November verkaufen können. Kuba kann ausserordentliche Erfolge im Kampf gegen die Pandemie vorweisen und hat sich mit der Entsendung von Ärzten in die ganze Welt viel Respekt und Vertrauen für sicheres und gesundes Reisen verdient.

Welche Auswirkungen hatte Corona auf Ihr Unternehmen punkto Mitarbeitende und Umsatz?

Wir befinden uns zur Zeit im Überlebensmodus und bereiten die kommende Wintersaison ab dem 1. November

vor. Wir mussten unsere Organisation mit Kurzarbeit und auch Entlassungen anpassen und es arbeitet die Geschäftsführung mit einem kleinen Kern von Mitarbeitern.

Welche Einbrüche müssen Sie bis jetzt verkraften?

Wir rechnen mit einem Umsatzeinbruch von etwa 60 bis 65% gegenüber dem Vorjahr.

Welche Massnahmen haben Sie ergriffen, um über diese Krise zu kommen?

Wir haben unsere laufenden Kosten inklusive Personal auf ein Minimum reduziert und haben unsere finanzielle Situation u.a. auch dank der Covid-19-Bürgschaftskredite mittelfristig stabilisiert. Wir sind inzwischen gut vorbereitet auf die Zeit, wenn die Reisenachfrage wieder ansteigt.

Wann rechnen Sie mit einer Rückkehr des Tourismus in die Karibik, speziell an Ihre Destinationen?

Alles hängt natürlich von den Grenzöffnungen, den Einreise- und Rückreisebedingungen, Reisewarnungen und nicht zuletzt Flugverbindungen ab. Wir rechnen mit etwas Geschäft ab November 2020 und einer sehr schwachen Winter-(Hoch)-Saison, danach kommt die Sommer-Neben-Saison in der Karibik. Vor Oktober bis November 2021 ist nicht mit einer wirklichen Rückkehr des Tourismus zu rechnen. Wir sind aber zuversichtlich, dass es dann mit Hinblick auf 2022 wieder richtig losgeht und wir 2023 die Nachfrage von 2019 wieder erreichen können.

Caribbean Tours ist gemäss Homepage eine Schweizer Aktiengesellschaft. Welche Rechtsform haben die Büros vor Ort an den Destinationen?

Auf Kuba sind wir eine juristische Person als Filiale einer Schweizer AG und 100% in ausländischem Privatbesitz. In der Dominikanischen Republik haben wir mit Caribbean Tours Dominicana (ehemals Ecotour Barahona SL) eine GmbH, 100% in Besitz unserer Aktionäre.

Die geplante, mehrtägige Geburtstagsparty musste nun annulliert werden. Ist sie komplett abgesagt oder nur verschoben?

20 war unsere magische Zahl: 20 Jahre 2020. Leider hat sich die Situation unserer Industrie seit März radikal verändert und vielen ist nicht zum Feiern zu Mute. Wir schöpfen aus unseren 20 Jahren die Kraft, die Krise gut zu überstehen und in Kuba und der Dominikanischen Republik wird es zukünftig sicher Anlässe für die Branche geben, bei Rum, Zigarre und heissen Rhythmen Versäumtes nachzuholen.

Was werden die grössten Herausforderungen in den kommenden Monaten sein?

2021 wird sicherlich ein sehr schwieriges Jahr – in manchen Aspekten vielleicht sogar schwieriger als 2020, weil wir auch bei einer kleinen Operation viele unserer Kosten unvermeidlich wieder hochfahren müssen, während das Geschäftsvolumen noch nicht im gleichen Mass anzieht. Wir sind aber guter Dinge diese Herausforderung dank einer soliden Finanzierung und einem tollen Expertenteam zu meistern.

(Interview: Urs Hirt)

Das Unternehmen Caribbean Tours AG

Das Schweizer Unternehmen Caribbean Tours AG entstand aus der Zusammenführung der etablierten und führenden Incoming-Agenturen Cuba Real Tours und Dom Rep Tours. Seit nunmehr 20 Jahren widmet sich die Destination Management Company der kreativen Entwicklung von einzigartigen Reiseerlebnissen, der sorgfältigen Ausarbeitung und professionellen Umsetzung von innovativen Landprogrammen sowie von länderübergreifenden Reisen. Neben den lokalen Büros in Havanna, Santo Domingo und Port-au-Prince verfügt Caribbean Tours über ein Büro in Zürich sowie direkte Ansprechpartner in Deutschland und Österreich. Reto D. Rüfenacht ist seit 1990 im Lateinamerika-Geschäft tätig. Er gründete bereits RDR Travel und Latino Travel, das er 2007 an die Knecht Reisegruppe verkauft. Heute ist er Verwaltungsratspräsident der von ihm gegründeten Caribbean Tours AG. Als CEO des Unternehmens agiert Andreas Blass. (UH)