



Fortsetzung von Seite 1

Ideen statt Krawall

Aus Sicht von Meyer bringt weder das willkürliche Reduzieren von Provisionen noch die eher triviale Forderung nach mehr Provision die Branche voran. Vielmehr werde so Misstrauen und Argwohn geschürt. Es sei sichtbar, dass gerade aufseiten der Veranstalter der wirtschaftliche Druck dazu führt, dass keine Reserven mehr vorhanden sind.

„Es ist höchste Zeit, im Zuge einer neuen Form der Zusammenarbeit auch eine gemeinsame Form der Vergütung zu entwickeln“, fordert der Vertriebsexperte. Beide Seiten müssten sich aktiv für die Zusammenarbeit entscheiden.

Meyers Vorschlag: Die Provision sollte sich nach der Art der Zusammenarbeit richten. Je enger und aktiver diese sei, je mehr Provision müsse es geben.

Die Veranstalter seien so in der Lage, auf Produkte mit starken Margen zu steuern und die Gelder gewinnbringend in die richtigen Vertriebspartner zu investieren. „Wenn die Produzenten gut verdienen, können sie auch eine attraktive Vergütung leisten, die beim Reisebüro für langfristige Planungssicherheit sorgt.“

Für Meyer ist der Appell auch eine Botschaft an die Veranstalter. „Wir wollen klarmachen, dass wir für eine neue Art der Zusammenarbeit bereit sind. Bezüglich Kundendaten, Marketing, digitale Tools sind wir gut für die Zukunft aufgestellt.“

Dass dies zu einem Comeback der Lagerbildung führen könnte, ist Meyer durchaus bewusst: „Es werden neue Allianzen entstehen, die weniger auf Beteiligungsverhältnissen basieren, sondern sich über die gegenseitige Leistung und Unterstützung definieren. Gewinner werden jene Veranstalter und Vertriebssysteme sein, „denen es gelingt, in engen Partnerschaften den Kunden gemeinsam spürbare Mehrwerte zu bieten“, so die These.

Mit Blick auf die Reisebüros erwartet Meyer, dass sie ihre Kunden künftig weiter begleiten als bisher. Denn die so genannte Customer Journey nehme neue Umfänge an. Die Herausforderung sei, „dass bei der Digitalisierung derzeit zu oft an gewohnte Prozesse gedacht wird, die digitalisiert werden müssen“, so Meyer. Die Technik gehe aber oftmals ganz andere Wege.

Wegbereiter dafür seien Reiseportale wie Airbnb, Booking & Co, die mit althergebrachten Regeln im Tourismus nichts zu tun hätten. Hoffnungslos sei die Lage aber weder gegen diese Player noch gegen Online-Anbieter, „die wir heute noch gar nicht kennen“. Reisebüros und klassische Veranstalter seien zwar keine Start-ups, „die alles auf den Kopf stellen müssen“, meint Meyer. Aber wie niemand sonst seien sie in der Lage, die Kunden auch in Zukunft individuell und persönlich zu betreuen. Sofern sie zusammenarbeiten.

Foto: orsonsurf/istockphoto

Schmetterling TV: Offen für alle Reisebüros

Die Kooperation Schmetterling hat ihr interaktives Angebotssystem Schmetterling TV gestartet. Für Kooperationspartner ist das neue Angebot im Technikpaket inkludiert. Andere Reisebüros können die Software für 29 Euro pro Monat nutzen. Damit können Reisebüros eigene Angebote ohne großen Aufwand ins Schaufenster bringen. Dort sind sie rund um die Uhr zu

sehen. Benötigt wird ein Smart-TV oder ein Fire-TV-Stick von Amazon, der mit dem Endgerät verbunden wird.

Reisebüros haben die Möglichkeit, diverse Kanäle zu programmieren und Angebote zu einer bestimmten Zeit abzuspielen. Per Online-Steuerung können die Angebote jederzeit verändert werden.

Videos können ebenso in die Offerten integriert werden wie externe Werbespots, Anzeigen sind ebenfalls möglich. Dadurch können nun laut Schmetterling zusätzliche Einnahmen generiert werden.

Falls das Reisebüro zu ist oder der Kunde wenig Zeit hat, kann er über QR-Code per Whatsapp Kontakt aufnehmen. (ta)



Foto: Schmetterling

Neue Ideen fürs Reisebüro-Schaufenster: Schmetterling-Chefin Anya Müller

„MEINE ZUSÄTZLICHE MOTIVATION FÜR DEN COUNTER“



Anke Walter in ihrem Reisebüro

In diesem Jahr feiert „Sylvias Reisen Berlin“ 25jähriges Firmenjubiläum. Inhaberin Anke Walter führt seit 2005 das Reisebüro in Berlin Adlershof. Im zehnten Jahr ihrer Mitgliedschaft beim Deutschen Reiserings partizipiert die passionierte Reiseverkäuferin nicht nur aktiv am Vereinsleben, sondern ist auch begeisterte Teilnehmerin beim Buchungswettbewerb „Veranstalter des Monats“. Verlost werden dabei beispielsweise Einkaufsgutscheine – praktische Gewinne, die bei Frau Walter und ihrem Team gut ankommen. Auch das Prozedere hält sie für besonders benutzerfreundlich: „Es gibt stets und ständig allerlei Buchungswettbewerbe. Der Veranstalter des Monats liegt mir jedoch am meisten am Herzen, denn der Prozess ist einheitlich und das Einreichen der Buchungen über das Online Formular besonders einfach zu handhaben“.

Monatlich wechselnde Veranstalterpartner gestalten den Wettbewerb abwechslungsreich und interessant für jeden. Die zwölf Ziehungen pro Monat erhöhen die Chance auf einen Gewinn zudem enorm. In diesem Jahr hat das Team von „Sylvias Reisen Berlin“ bereits einmal gewonnen. Anke Walter jedenfalls ist froh über die zusätzlichen Anreize ihrer Kooperation für den täglichen Counterjob.

Profitieren auch Sie von den Leistungen des Reiserings durch eine Mitgliedschaft.

Mehr Informationen finden Sie auf www.deutscher-reisering.de/leistungen

ZUSAMMEN ANS ZIEL

