

## Schmetterling macht Oberbayern buchbar

Die Reisebüro-Kooperation Schmetterling hat ihr Deutschland-Angebot ausgebaut. Über das regionale Reservierungssystem IRS 18 können Agenturen nun Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Ferienwohnungen aus der Region Südost-Oberbayern mit dem Partnerkürzel SMG einbuchen. Die mehr als 2.500 Unterbringungsmöglichkeiten präsentieren sich in dem Vermarktungsverbund „Bayern buchen“.

Die touristischen Unterkünfte liegen in der Region, die sich vom Chiemsee über den Chiemgau und die Salzach-/Inn-Region bis zum Berchtesgadener Land erstreckt. Mit zehn Millionen Übernachtungen im Jahr ist

**Das Gute liegt so nah: Schmetterling-Büros haben nun mehr Auswahl bei Urlaubszielen am Chiemsee**

Südost-Oberbayern eine der beliebtesten Urlaubsregionen in Deutschland. Entsprechend optimistisch zeigt sich Anya Müller-Eckert, Geschäftsführerin von Schmetterling: „Oberbayern ist mit seiner beeindruckenden Vielfalt an Landschaften wie auch möglichen Freizeitaktivitäten eine perfekte Urlaubsdestination für alle Zielgruppen. Gut, dass sie nun im Reisebüro buchbar ist.“ (ta)

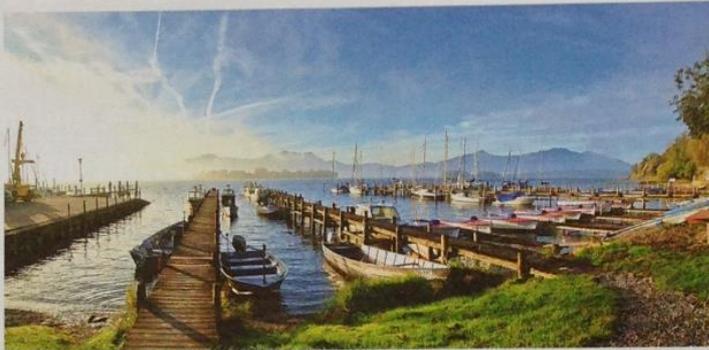


Foto: Chiemsee-Alpenland Tourismus/Florian Werner

## Protours: Mobile eröffnen Büros

Die zur DTPS-Allianz von DER Touristik gehörende Kooperation Protours gewinnt aus ihrem Vertriebssystem für mobile Reisevermittler zunehmend auch neue Reisebüros. 2016 hätten es „wieder zahlreiche Partner geschafft“, nach dem Aufbau eines Kundenstamms ein Ladenlokal zu eröffnen, so Geschäftsführer Dirk Hansel. Der Vorteil: Sie können direkt in ein Protours-Partnermodell für klassische Reisebüros wechseln. (ta)

## DER-Franchiser mit IT-Offensive

Das Ausrollen von Panama Analytics ist eines der Top-Themen bei den Franchise-Büros von DER Touristik (DTPU). Das Auswertungs-Tool verfügt über Funktionen wie tagesaktuelle Umsatzzahlen und Tages-, Wochen-, Monats- sowie Jahresvergleiche. Die Auswertungen erfolgen pro Büro und können auf einzelne Veranstalter, Hotels sowie Ab- und Zielflughäfen heruntergebrochen werden. Für 2017 ist ein Newsletter für Endkunden geplant. Er ist für Reisebüro-Partner mit Technikpaket inklusive Kundenverwaltung und Online-Reisebüro kostenfrei. Der Versand erfolgt einmal im Monat und wird für die Büros individualisiert, unter anderem mit eigenen Angeboten und Vorstellung der eigenen Mitarbeiter. (ta)

## Tourcontact: Nahziele im Blick

Das Geschäft mit erdgebundenen Reisen soll bei Tourcontact 2017 einen höheren Stellenwert einnehmen als bisher. Das Segment sei im stationären Vertrieb „über die letzten 20 Jahre bedauerlicherweise immer mehr in den Hintergrund getreten“, so Geschäftsführer Dirk Bender. Um dem vermutlich nachhaltig veränderten Kundenverhalten Rechnung zu tragen, bestehe „mehr als Optimierungsbedarf“. Im Rahmen des Projekts „DER Welt verpflichtet“ haben sich die Büros der Kooperation zudem entschlossen, analog zu den Kollegen von Derpart eine eigene Schule auf Sri Lanka zu errichten. (ta)

# Digitalisierung nach Maß

**Deutscher Reisinger plant E-Mail-Newsletter für Endkunden**

Von Matthias Gürtler

Angesichts des anhaltenden Hypes um Apps und die Weiterentwicklung von Tools mit „künstlicher Intelligenz“ mahnt der Deutsche Reisinger zur einer „Digitalisierung nach Maß“. „Auch wir glauben an die erfolgreiche Verknüpfung von On- und Offline-Vertrieb“, verweist Geschäftsführer Andreas Quenstedt auf den 2015 begonnenen Einstieg in den digitalen Verkauf. Allerdings warne er „vor zu viel Dynamik und Übertreibungen“, die mitunter auch von IT-Anbietern in den Markt gebracht werden. Statt diesen Firmen blindlings zu folgen, rate der Reisinger „zu besonnenem Handeln und Augenmaß“. Die Aufgabe der Zentrale des Reisingers sieht Quenstedt darin, „innerhalb der Digitalisierung den Reisebüros als Navigator“ zu dienen. „Uns ist wichtig, den Büros die Ängste zu nehmen und für die Vorteile der Digitalisierung zu werben.“ Die entsprechenden technischen Angebote habe man.

Dazu gehört unter anderem die Bistro-Portal-Live-Beratung, deren Einführung aus dem zentralen Budget unterstützt worden sei. Zudem erhielt 2016 die Standard-Website einen Relaunch. Für 2017 ist als Ergänzung zu den Print-Mailings ein E-Mail-Newsletter-System geplant. Ziel ist es, den Reisinger-Kunden ab Mitte 2017 regelmäßig professionell aufbereitete Newsletter mit aktuellen Angeboten und Specials zuzusenden. Neben zentral eingepflegten Angeboten können die Mitgliedsbüros auch individuellen Content hinzufügen. „Wir versprechen uns damit eine deutlich höhere Reichweite, ein optimaleres Reaktionsvermögen und ein zeitgemäßes Auftreten des Reisebüros beim Kunden“, lautet Quenstedts Zielvorgabe. Die 2015 gestartete Ausbildungsinitiative setzt die Berliner Kooperation, die zur Allianz DER Touristik Partner Service (DTPS) gehört, auch 2017 fort. Im Mittelpunkt der Initiative steht eine Reisebüro-Zulage von 50 Euro pro Azubi, die während der gesamten Ausbildung gezahlt wird.

Derzeit unterstützt die Kooperation im Rahmen ihrer Ausbildungsförderung 32 Azubis aus 27 Mitgliedsunternehmen. Insgesamt können teilnehmende Reisebüros auf diese Art und Weise bis zu 1.800 Euro an Azubi-Geldern erhalten.

**Die Vorstände und das neue Logo (von links): Michael Walther (Reisebüro Albatros), Kerstin Nolte-Winkler (Reisebüro Azur), Peter Beyer (Reisebüro BTA Travel) und Juliane Eichstädt (Bluemarlin-Reisen)**



Foto: Reisinger