

Deutscher Reisinger schult in Datenpflege

Die in Berlin ansässige Reisebüro-Kooperation Deutscher Reisinger will ihre Mitglieder überzeugen, sich an das Newsletter-Tool der Vertriebsplattform Panama anzuschließen. Von den 120 Mitgliedern mit 220 Büros sind aktuell **55 Partner** an Bord. Insgesamt nutzen aber nur 80 Partner die Panama-Software. 40 setzen andere Systeme ein. Voraussetzung für effiziente E-Mail-Kunden-Newsletter sind allerdings valide Daten. Deshalb schult die Zentrale die Partner darin, wie sie die Kundendaten im CRM-System entsprechend aufbereiten. Die 360.000 Endkundenadressen sollen zunächst auf 500.000 anwachsen. Für jedes neue digitalisierte Kundenprofil lockt die Zentrale mit einem Euro. Bei Zielerreichung könnten die Partner also mit 140.000 Euro rechnen.

6,5

Mrd. Euro

werden 2017 in Deutschland mit digitaler Werbung umgesetzt. Den Löwenanteil hält laut Statista die Suchmaschinenwerbung mit etwa drei Milliarden Euro. In vier Jahren werden voraussichtlich 2,3 Mrd. Euro auf mobile Werbung entfallen.

Grüne Veranstalter legen zu

Das **Forum anders reisen** (FAR) verzeichnet für das vergangene Jahr das höchste Ergebnis seit Bestehen. Die 130 Veranstalter des Nachhaltigkeitsverbands haben mit 144.000 Gästen den Umsatz um 14,3 Prozent auf 259 Mio. Euro gesteigert. Damit heben sich die grünen Anbieter deutlich vom Veranstalter-Markt ab, der 2016 um 1,9 Prozent schrumpfte. Nach Angaben des Verbands ist die Nachfrage nach Europa- und Deutschland-Reisen gestiegen. Unter den europäischen Reisezielen haben Italien, Spanien, Frankreich und Griechenland die Nase vorn. Bei den Fernreisezielen punktet Asien vor Afrika. Um die Kunden auf die schädlichen Treibhausgase bei einer Flugreise hinzuweisen, werden im Katalog die CO₂-Emissionen sowie ein freiwilliger Kompensationsbeitrag für die Klimaschutzorganisation Atmosfair ausgewiesen.

Nächste Stufe der Lobbyarbeit



Gloria Guevara Manzo führt den World Travel & Tourism Council (WTTC).

WTTC

Gleich zwei Top-Organisationen der Reisebranche erhalten derzeit eine neue Führung: Bei der Welt-Tourismusorganisation UNWTO, in der die Regierungen vertreten sind, soll der Georgier Zurab Pololikashvili in der kommenden Woche offiziell zum Nachfolger von Taleb Rifai ernannt werden.

BEIM WTTC, dem World Travel & Tourism Council, der sich als „Stimme der privaten Wirtschaft“ sieht, hat Mitte August Gloria Guevara Manzo als President & CEO von dem Briten David Scowsill die Leitung übernommen. Die Mexikanerin Guevara kennt sich nicht nur in der Privatwirtschaft aus, unter anderem war sie CEO von Sabre Mexiko: Von 2010 bis 2012 vertrat Gloria Guevara ihr Land als Tourismusministerin.

„Ich spreche sowohl die Sprache der Unternehmen als auch die der Politik“, sagt sie der fvw. Das ist notwendig, denn ihre Aufgabe ist, Politiker und Behörden zu überzeugen, den Tourismus zu fördern. Der WTTC argumentiert dabei stark mit ökonomischen Fakten. Rechnet man die indirekten Wirkungen in vor- und nachgelagerten Bereichen hinzu, stehe die Branche für 10,2 Prozent des globalen Brutto-Inlandsprodukts und für 292

Mio. Arbeitsplätze. Für 2017 erwartet der WTTC ein Umsatzplus von 3,8 Prozent.

DIESE ARGUMENTATION ist nach wie vor wichtig, meint Guevara. „Auch in wohlhabenden Industrienationen wie Deutschland ist die Reisebranche unverzichtbar, denn ihre Jobs lassen sich nicht in andere Länder verlagern.“ Deshalb müsse stets neu für Verständnis geworben werden. Ob Einreise- und Bettensteuern, langwierige Visa-Prozeduren oder Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur – zwischen dem Lippenbekenntnis von Politikern und dem Handeln gebe es große Diskrepanzen. „Wir müssen unsere Arbeit auf die nächste Stufe bringen“, sagt die Mexikanerin.

Sie meint damit, das der WTTC stärker in die Regionen und ins Detail gehen