



Foto: fotostorm/istockphoto

KETTEN & KOOPERATIONEN

2018

Was erwarten sie, was steht an?

Neue rechtliche Regelungen wie das Pauschalreisegesetz, die Datenschutzverordnung und die Richtlinie für die Vermittlung von Versicherungen sind die allseits bekannten Herausforderungen, die bei den Reisebüro-Ketten und -Kooperationen 2018 höchste Priorität haben. Wir haben die Zentralen gefragt, welche anderen Topthemen fürs nächste Jahr anstehen. | Von Matthias Gürtler



Albin Loidl · Alpha & Thomas-Cook-Franchise

„Wir sind zuversichtlich, dass wir ein gutes Touristikjahr 2017/2018 erleben werden. Im Franchise-Verband werden wir als Topthema die intensive Weiterentwicklung unserer Omnichannel-Strategie verfolgen und die nächste Ausbaustufe angehen. Dabei geht es um die noch engere Verzahnung der Prozesse im Bereich Kundenansprache, Beratung und Buchung zwischen und innerhalb der Kanäle.“



Aquilin Schömig · Derpart

„Wir erwarten, dass 2018 wie in allen Fußball-WM-Jahren kurzfristiger gebucht wird als sonst. Ansonsten werden uns die Hauptthemen des Jahres 2017 weiter begleiten. Das sind vor allem der Fachkräftemangel, der Generationenwechsel im Reisebüro und unsere internen Themen wie das Gewinnen neuer Franchise-Partner, die Qualitätssicherung und das große Feld der Geschäftsreise.“



Hasso von Düring · LCC

„Im Fokus der Arbeit in der LCC-Zentrale steht die neue, eigene Content- und Buchungsplattform LCC Bridge-IT. Darüber hinaus sollen Social-Media-Aktivitäten ausgebaut und im Rahmen einer Image-Kampagne die Marke LCC gestärkt werden.“ (Hinweis der Redaktion: Verantwortlich ist dafür ab sofort Andi-Julian Leta, von Düring geht in den Ruhestand.)



Rainer Hageloch · AER

„Topthemen des Jahres 2018 sind für uns vor allem der Start des AER Marketplace sowie Schulungen innerhalb der AER Academy. Dort geht es neben der Pauschalreiserichtlinie und der Datenschutzverordnung unter anderem um Kreuzfahrten und Flussreisen, um Verkaufstraining und Rechtsberatung. Mit dem AER Marketplace können die Veranstalter der Kooperation ihre Produkte gezielt den AER-Reisebüros offerieren. Das ist ein großartiges Win-win-Projekt.“



Andreas Quenstedt · Deutscher Reisering

„Neben Standardthemen wie Digitalisierung, Fachkräftemangel, neues Reiserecht und Datenschutz beschäftigen uns vor allem die Punkte, die wir jüngst in einem Antrag an den DRV geäußert haben. Darin bitten wir den Verband, sich 2018 insbesondere für eine Insolvenzabsicherung der Airlines, nachvollziehbare Flugpreise, eine maximale Flug-Ticket-Bezahlung von 30 Tagen im Voraus und Veranstalteranzahlungen von maximal 20 Prozent einzusetzen. Darüber hinaus fordern wir, dass auch eine Flugbuchung als Reisevertrag gemäß Paragraf 651b BGB definiert wird.“



Manuel Molina · TSS

„Aufgrund der aktuellen Buchungssituation für 2018 gehen wir optimistisch ins neue Jahr. Nichtsdestotrotz wird es nicht einfach. Neben den neuen rechtlichen Regelungen, deren Umsetzung auch aufgrund der oft dünnen Personaldecke und enger Zeitfenster schwierig ist, werden wir uns maßgeblich mit der Ertragssituation und Ertragsoptimierung im Reisebüro beschäftigen und ergänzende Zusatzverdienstmöglichkeiten prüfen. Eine wichtige Rolle spielt dabei unser Kundenbindungs-Tool Myhotelplus, das wir weiter im Sinne der Reisebüros ausbauen werden.“



Nils Jenssen · Alltours Reisecenter

„Für uns spielt die weitere Qualifizierung unserer Mitarbeiter eine ebenso wichtige Rolle, wie die technische Weiterentwicklung. Hier arbeiten wir an einer engeren Vernetzung und Verknüpfung aller Kommunikationssysteme mit unseren Kunden, zum Beispiel im Bereich der Angebotspräsentation, Newsletter oder der Website. Im Rahmen der Schulungen wollen wir sowohl unsere Service-Qualität weiter verbessern als auch Produktwissen vermitteln.“



Thomas Bösl · RT-Reisen

„Sowohl bei RTK als auch bei Reiseland steht ein optimiertes Marketing im Vordergrund. Dabei soll vor allem die Kundenansprache noch gezielter werden. Ziel ist es, den Endkunden noch besser als bisher mit Reiseangeboten zu erreichen, die für seine individuellen Wünsche maßgeschneidert sind. Als technische Verbesserung ist dafür schon in diesem Jahr in zukunftsgerichtete CRM-Tools investiert worden. Im Produktbereich setzen wir auf bewährte Partnerschaften, wollen aber verstärkt auch neue Produzenten wie etwa Expedia ins Reisebüro bringen.“



Anya Müller-Eckert · Schmetterling

„Leider gibt es abseits des neuen Pauschalreisegesetzes und der Datenschutzrichtlinie vier weitere Richtlinien und Verordnungen, die Reisebüros betreffen: die neuen Richtlinien für den Versicherungsvertrieb sowie für Zahlungsdienste, den Payment Card Industry Data Security Standard und die 2019 anstehende E-Privacy-Verordnung. Eine solche Gesetzesflut mit derart tiefgreifenden Veränderungen für eine Branche ist eine große Herausforderung und sollte für die Dauer eines Touristikerebens reichen. Womöglich belegen Rechtsanwälte das Geschäftsfeld Abmahnung jetzt noch mehr und durchleuchten die komplette Branche ständig.“



Dirk Bender · Tourcontact

„2018 wird ein sehr herausforderndes Jahr. Denn die Büros laufen gegen ein ausgesprochen erfolgreiches Vorjahr. Dies bedeutet, dass bei Veranstaltern, die ein Einzelagenturmodell haben, das auf Leistungsprovision fußt, bestimmte Vorjahreswerte erreicht werden müssen, um in den Genuss der entsprechenden Leistungsprovisionen zu kommen. Und das ist erfahrungsgemäß dann besonders schwierig, wenn das Vorjahr besonders gut lief – so wie 2016/2017.“



Kurt Koch · TLT Urlaubsreisen

„Für die Reiseberatung der Zukunft wird es entscheidend sein, dass Reiseverkäufer echte Mehrwerte aus eigenem Erleben für ihre Kunden schaffen können. Daher möchten wir unseren Beratern noch mehr Möglichkeiten bieten, besonders interessante Reiseziele kennenzulernen, zum Beispiel auf Tagungen und Famtrips. Erstmals kombinieren wir daher unsere Jahrestagung im Juni in Griechenland mit einem Famtrip. Für die zweite Jahreshälfte planen wir eine Auslandsakademie für unsere hauptberuflich tätigen Berater. Nach dem diesjährigen Auftakt in Castelfalfi in der Toskana geht es 2018 in den Oman.“



Oliver Grümsehl · TUITravel Star

„Wir rechnen weiterhin mit großen Herausforderungen, auch Sicherheit und politische Lage in vielen attraktiven Destinationen bleiben ein Thema. Das ist für uns gleichwohl eine große Chance, dem Kunden zu zeigen, welche Vorteile eine Buchung im Reisebüro hat. Topthemen sind bei uns Marketing und Verkaufen. Viele unserer Mitgliedsbüros ernten inzwischen die Früchte jahrelanger Fortbildungen und Schulungen in diesem Bereich. Die Zentrale wird das weiterhin mit viel Verve unterstützen.“



Foto: turnsasiedgare/istockphoto



Peter Wittmann · TUI-Filialvertrieb

„Wir wollen die Datenschutzgrundverordnung als Chance nutzen. In dem Zusammenhang geht es auch um die Integration von CRM in unsere Verkaufsprozesse. Ziel ist es, die Werbeerlaubnis im Reisebüro rechtskonform zu sammeln und diese intelligent zum Verkauf und zur Kundenbindung zu nutzen.“



Birgit Aust · TVG

„Für uns haben 2018 drei wichtige Themen eine sehr hohe Priorität: die weitere Expansion der Kette, unser Ausbildungsprogramm sowie das neue Quereinsteigerprogramm. Mit diesem bieten wir motivierten Nichttouristikern eine Chance, sich in kürzester Zeit intensives Fachwissen anzueignen und ermöglichen ihnen den Einstieg in die Tourismusbranche. Der Vorteil für unsere Reisebüro-Partner ist, dass die Kandidaten nicht bei Null beginnen, sondern mindestens auf der Basis eines ausgereiften Azubis in die Büros einsteigen. Im Rahmen eines Pilotprojektes im Raum Oberbayern testen wir das Programm aktuell mit fünf Bewerbern. Nach einem erfolgreichen Start wollen wir das Konzept dann bundesweit anbieten.“



Sibö Kuhlmann · TUI-Franchise

„Der Markt steht vor Veränderungen. Unser Topthema ist es daher, unsere Partner in Bezug auf die vielfältigen Strukturveränderungen zukunftsfähig zu halten. Dabei stehen vor allem Wettbewerbsfähigkeit, Kundenbindung und -gewinnung sowie das Heben von bestehenden Effizienzpotenzialen zur wirtschaftlichen Absicherung des Systems im Vordergrund.“