Neustart mit Hürden

JT Touristik: 500 Lidl-Gutscheine für Reisebüros – Ketten und Kooperationen halten sich zurück

Von Matthias Gürtler

Knapp sechs Monate nach dem Antrag auf ein Insolvenzverfahren ist der Berliner Veranstalter JT Touristik Ende vergangener Woche zu neuem Leben erwacht: Mit Lidl als neuer Mutter und der Zurich Versicherung als Insolvenzabsicherer ist der Spezialist für dynamisch paketierte Pauschalreisen damit wieder im Reisebüro buchbar.

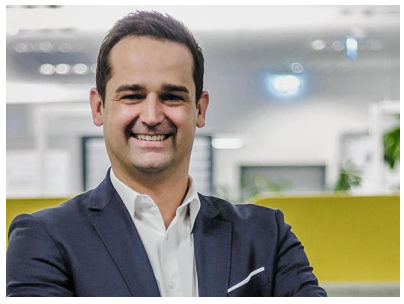
Das Angebot orientiert sich am früheren Portfolio – dürfte aber momentan noch deutlich kleiner sein. Buchbar sind unter anderem Pauschalreisen und Hotel-Only-Angebote für Spanien, die Türkei, Griechenland und die Vereinigten Arabischen Emirate sowie Fernstreckenziele wie Thailand. Auch weltweite Städtereisen sowie erdgebundene Reisen in Deutschland gehören zum Angebot. Wie sich JT Touristik dabei preislich positioniert, werden wahrscheinlich die nächsten Wochen zeigen.

Problematisch für den Neustart war, das Vertrauen der Partner vor Ort zurückzugewinnen: Viele von ihnen waren im Zuge der Insolvenz verprellt worden. Man habe „intensiv daran gearbeitet, den größten Teil der Partner abzuholen und ihnen aufzuzeigen, dass sie mit uns eine gute Perspektive haben“, heißt es dazu von JT Touristik. Übersetzt heißt das: Einige Partner haben es abgelehnt, wieder mit JT Touristik zusammenzuarbeiten.

Dies trifft auch auf zahlreiche Reisebüros (siehe ta 10/2018) sowie die meisten Ketten und Kooperationen zu: Einer Umfrage von touristik aktuell zufolge hat bislang nicht eine einzige einen Vertrag mit JT Touristik unterzeichnet.

„Das kommt zurzeit definitiv nicht in Frage“, stellt etwa Manuel Molina, Chef der Dresdner Kooperation TSS, klar. Dafür gebe es nicht nur zu viele ungeklärte Altlasten, sondern auch das Problem Lidl Reisen. Die Discounter-Marke sei einer der schärfsten Konkurrenten für Reisebüros – und die werde man nicht stärker machen als sie ohnehin schon sei, so Molina.

Umdenken werde TSS erst, wenn sich Lidl entscheide, sämtliche Reiseprodukte des Discounters für Reisebüros zu öffnen und darauf auch Provision zu zahlen. „Nur einen Teil des Produkts zu verkaufen kommt nicht in Frage“, stellt der TSS-Chef klar.



Lidl-Manager Christoph Hahn

TSS-Chef Manuel Molina

Nicht ganz so ablehnend ist Andreas Quenstedt, Chef des Deutschen Reiserings. Er berichtet davon, mit JT Touristik in Gesprächen zu sein. Ein neuer Vertrag hänge aber ganz klar von den Konditionen und „dem Miteinander“ ab.

„Denkbar ungünstig“ ist für ihn der Zeitpunkt für den Neustart direkt nach der Hauptbuchungsphase. Beim Reisering etwa sei bereits die Hälfte des Jahresumsatzes im Kasten. Zudem sei JT Touristik einst durch Überkapazitäten in den Emiraten groß geworden. Inzwischen hätten alle Großveranstalter dort „deutlich nachgelegt“. Und da sich zwischenzeitlich der gesamte Markt neu sortiert habe, „ist es nicht nur eine Frage der Konditionen, ob ein Comeback gelingt“, so Quenstedt.

Christoph Hahn, Chef der Reisesparte von Lidl Digital, ist da anderer Meinung. JT Touristik sei gut aufgestellt, die Reisebüros seien „eine elementare Säule“ im Vertrieb. Wie viele Büros bereits einen neuen Vertrag unterschrieben haben, sagt er nicht. Nur so viel: Man sei „sehr zufrieden“.

JT Touristik am Counter

Zum Neustart lockte JT Touristik mit einer Gutscheinaktion: Für die ersten 500 Reisebüro-Buchungen im Wert ab 300 Euro wurde je ein Lidl-Gutschein im Wert von 50 Euro ausgelobt. Lidl verspricht für JT Touristik gleiche Preise in allen Vertriebswegen, die Grundprovision für Reisebüros beträgt zehn Prozent. Die Staffelprovision beginnt ab 15.000 Euro Jahresumsatz. Ab diesem Level wird die Provision bereits nach der Anzahlung des Kunden in voller Höhe überwiesen. Buchbar ist der Veranstalter über alle gängigen Reservierungssysteme.

Weitere Informationen unter **www.jt.de/agentur**.

Fotos: TSS; Lidl; MichaelJay/istockphoto

JT Touristik ist wieder buchbar – im Reisebüro, im Internet sowie im Callcenter von Lidl Reisen

Anex Tour paketiert dynamisch

Der Düsseldorfer Anbieter Anex Tour bietet neben klassischen Pauschalreisen nun auch dynamisch produzierte Reisen an. Unter dem Code „XANE“ stehen Bausteine für Ägypten, Tunesien, Mallorca, die Türkei und die Dominikanische Republik bereit.

Die dynamischen Pakete beinhalten neben Flug und Hotel auch den Transfer sowie das Rail & Fly-Ticket mit der Deutschen Bahn. Die Vergütung der Datamix-Produkte unterliegt den gleichen Provisionssätzen wie die klassische Pauschalreise. Es gibt allerdings gesonderte Stornobedingungen.

Durch die Internationalität und Größe der Anex Tour Group greife man auch bei den dynamisch paketierten Hotelprodukten auf das eigene Portfolio mit fixen Kontingenten zurück, erläutert Vertriebschef Carsten Burgmann. „Wir bedienen uns nicht, wie sonst in der Branche üblich, angeschlossener Bettendatenbanken.“

Um die weltweiten Synergien im Hotelportfolio der Unternehmensgruppe vollends auszuschöpfen, würden in Kürze weitere Destinationen für die dynamische Paketierung in Deutschland freigeschaltet. (ta)

Schweda: Hauptkatalog für 2019

Der auf frankophone Länder spezialisierte Paketreisespezialist Touren Service Schweda hat seinen Hauptkatalog „Paketreisen 2019“ herausgebracht. Darin finden sich Reiseprogramme für Frankreich und Belgien. Nachdem man für 2018 gleich 40 neue Reisen vorgestellt hätte, habe man sich in diesem Jahr auf Bewährtes konzentriert und nur inhaltliche Aktualisierungen vorgenommen, berichtet Geschäftsführer Joachim Schweda.

Dennoch gibt es zwei Neuzugänge. Das „Insel-Hopping im Ärmelkanal“ verbindet die Kanalinseln Jersey, Guernsey und Sark. Vorwiegend um Genuss geht es bei dem Programm „Paris & Macarons bei Laduree“.

Die Reisen in dem 248 Seiten starken Katalog seien vorwiegend Ideengeber, so Schweda. Auf Anfragen von Reisebüros würden für die Gruppen der Agentur dann jeweils flexibel maßgeschneiderte Angebote ausgearbeitet. (ta)