

News aus der Welt des Vertriebs

„Mobile haben sehr guten Ruf“

Der Verband selbständiger Reiseberater Deutschlands (VSRD) zeigt sich überzeugt, dass mobile Reiseverkäufer heute einen sehr guten Ruf haben. „Wurden die Mobilien vor etwa zehn bis zwölf Jahren noch als ‚Heimverkäufer‘ belächelt, die ‚vom Wohnzimmer aus‘ ein paar Reisen an Freunde und Bekannte verkaufen, so ist dies heute ein ernstzunehmender Vertriebsweg“, sagte Steffen Buder, Erster Vorsitzender des VSRD. Umfragen zeigten, dass die Stammkundenquote bei mobilen Verkäufern inzwischen bei 80 Prozent liege. Dies sei ein klarer Hinweis darauf, dass der Kunde von der Qualität ihrer Arbeit überzeugt sei. Buder schätzt, dass es in Deutschland inzwischen 3000 bis 4000 mobile Reiseberater gibt. Davon arbeiteten rund ein Drittel hauptberuflich in dieser Art der Reisevermittlung, für zwei Drittel sei es eine nebenberufliche Selbständigkeit.

Rebranding bringt mehr Agenturen

Rund zwei Jahre nach dem Start des umfassenden Rebrandings von Neckermann Reisen Partner sind nahezu alle Reisebüros der Kooperation mit dem „Sunny Heart“ als neues Label ausgerüstet worden. „Nie zuvor haben wir so eine Einheitlichkeit beim Markenauftritt

gehabt“, sagt Neckermann-Reisen-Partner-Geschäftsführer Albin Loidl. Sabine Gnyp, ebenfalls Geschäftsführerin der Kooperation, ergänzt: Mit unserer neuen starken Marke haben wir in den vergangenen Monaten immer mehr Reisebüros für unsere Kooperation begeistern können.“ Habe es vor dem Rebranding 360 Neckermann-Reisen-Partner-Büros gegeben, seien es heute 400. Der Startschuss für die Umgestaltung war im Juni 2016 gefallen. Pilot-Agentur war das Reisebüro Frühling in Stadeln-Elshausen (Rheinland-Pfalz). Teil des neuen Markenauftritts ist das „Sunny Heart“-Logo auf weiß lackierter Aluhaube statt des alten Neckermann-N.

Gründertage von Amondo und RSO

Erste gemeinsame Seminare haben der Anbieter mobiler Reiseleistungen Amondo und die Reisebüro-Kette RSO abgehalten. In den Schulungen ging es unter anderem um Tipps und Live-Beispiele des Reiseverkaufs beim Kunden zu Hause oder im Reisebüro. Außerdem übten sich die Teilnehmer bei Rollenspielen. Im Januar hatten das Bonner Unternehmen Amondo und die Berliner Kette RSO eine Kooperation bekannt gegeben. Sie wollen nicht nur gemeinsam schulen, sondern auch zusammen neue Expis für sich gewinnen.



Deutscher Reising setzt auf Newsletter

Der Deutsche Reising hat auf einer Klausurtagung kürzlich unter anderem Ziele für die Digitalisierung beschlossen. So soll ein Newsletter die Kooperation in der Kundenansprache voranbringen. Seit der Einführung eines entsprechenden Newsletter-Tools im vergangenen Jahr seien mehr als 25.000 neue Datensätze von den Reisebüros generiert und in ein System integriert worden, sagt Andreas Quenstedt, Geschäftsführer des Verbunds. Innerhalb der Reisebüro-Dachorganisation DTPS, zu der der Deutsche Reising gehört, werde ein voll automatisierter E-Mail Newsletter monatlich nun an mehr als 380.000 Endkunden verschickt. Eine weitere Initiative der Reisebüro-Kooperation sei gut angelaufen: die 2016 angeschobene „Azubi-Offensive“. Mitgliedsunternehmen erhalten eine Prämie von 500 Euro, wenn sie einen Azubi einstellen sowie einen monatlichen Zuschuss von 50 Euro. Seit Start der Initiative

seien so 37 neue Auszubildende eingestellt worden. Bundesweit zählt der Deutsche Reising 220 Standorte. „Beide Kampagnen, sowohl die zur Digitalisierung als auch die für Azubis, kosten uns Geld. Den Return on Invest stellen wir zunächst hinten an, denn wir sind uns sicher, dass er eintreten wird“, so Quenstedt. Der Deutsche Reising ist ein Zusammenschluss von Reisebüros mit Schwerpunkt in Ost- und Süddeutschland.

Elektronische Stifte für den Counter

Wegen des neuen Pauschalreiserechts sowie der EU-Datenschutzgrundverordnung halten immer mehr technische Lösungen für digitale Unterschriften Einzug in Reisebüros. Reiseland, TUI Travel Star und TVG etwa setzen künftig auf die Software und das Unterschriften-Pad der Stuttgarter Firma Stepover. Während die Eigentums-Filialen der Ketten und Kooperationen automatisch mit dem „Stepover Duassign Pad Brilliance“ ausgestattet werden, kön-

ILLUSTRATION: GETTY IMAGES; FOTOS: PRIVAT; LENTHE/TOURISTIK-FOTODIE



Erfolgreich umgestaltet:

Ein Rebranding bei Neckermann Reisen Partner hat neue Partnerbüros gebracht.

Beratung auf Rädern: Von bis zu 4000 mobilen Reiseverkäufern geht der Verband VSRD derzeit aus.

nen Franchise-Partner und selbstständige Kooperationspartner das Paket für ihr RTK-, TVG- oder TUI-Travel-Star-Midoffice und bei Reiseland für Cris zu günstigen Sonderkonditionen bestellen. „Wir empfehlen dringend, die Bestellung umgehend vorzunehmen“, erläutert Technik-Expertin Nicole Junker von Reiseland aus Hamburg. „Unterschriften sollten ab sofort beweissicher eingesammelt und digital abgespeichert werden. Wer sie bei in Kraft treten der DSGVO am 25. Mai 2018 nicht vorliegen hat, ist in seinen Marketing-Optionen deutlich eingeschränkt.“ Wer etwa Werbung an Kunden schicken will, muss dafür laut neuer Rechtslage künftig eine Einverständniserklärung des Kunden vorweisen können, falls die Datenschutzbehörde danach fragt. Beim Thema Pauschalreise-Richtlinie wird von vielen empfohlen, die künftig fälligen Formblätter vom Kunden unterschreiben zu lassen. So können Reisebüros nachweisen, dass sie die richtigen Papiere zur richtigen Zeit vorgelegt haben.

Cornelius Meyer ist Vorstand Marketing und Vertrieb von Best-Reisen.



Der Aufstieg der Kooperationen

Immer weniger Reisebüros sind eigenständig. Woran liegt das? Unter anderem an den liberalen Strukturen der Reisebüro-Kooperationen, meint Best-Reisen-Vorstand Meyer.

TravelTalk Herr Meyer, jüngste DRV-Zahlen zeigen, dass nur noch fünf Prozent der Reisebüros wirklich eigenständig sind. Fast alle gehören inzwischen zu Konzernen, Ketten oder Kooperationen. Wie erklären Sie sich den Trend?

Cornelius Meyer Während der Anteil der unabhängigen Reisebüros 1990 noch bei über 70 Prozent lag, schrumpfte er bis 2010 auf etwa drei Prozent. Dabei gewannen vor allem die Kooperationen an Bedeutung, die mit einer liberalen Struktur eine willkommene Alternative zu den Veranstalter-Modellen darstellten. Im genannten Zeitraum konnten sie 60 Prozent der Büros gewinnen. Seitdem ist die Verteilung relativ stabil. Die Franchise-Systeme sind im gleichen Zeitraum von 10 auf 19 Prozent gewachsen.

TT Konzerne, Ketten, Kooperationen, Franchise-Systeme: Bleibt es bei dieser Markteinteilung?

Meyer Heute ist eine exakte Reisebüro-Aufteilung in dieser Form nicht mehr möglich. Manche Organisationen rechnen Kleinstbüros ohne Agentur oder mobile Reiseverkäufer zu ihren Mitgliedern und kommen so auf Mitgliederzahlen, die deutlich über den offiziellen DRV-Erhebungen liegen. Außerdem erleben wir die Auflösung von klassischen und stringenten Franchise-Strukturen.

TT Welche Gründe sehen Sie für diese Entwicklung?

Meyer Die natürlichen Möglichkeiten der Expansion sind mehr oder weniger ausgeschöpft. Das heißt, die Systeme versuchen, über Anpassungen nach innen voranzukommen. Auf der einen Seite werden die Richtlinien für eine Mitgliedschaft heruntergefahren, auf der anderen die Kriterien an das System. Eine Reisebüro-Kooperation wie Best-Reisen bietet heute ein Leistungsportfolio, das mit Franchise-Systemen mithalten kann, allerdings mit einer attraktiveren Gebühren- oder Vertragsstruktur. Gleichzeitig funktioniert die Steuerung über Vergütung, was besser ankommt als über Vorgaben. Der Erfolg von Franchise liegt in der Stringenz des Produkts – aber das gelingt offensichtlich nicht. Und so versucht man eben, sich an die Strukturen von modernen Kooperationen anzunähern.

TT Welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf Best-Reisen?

Meyer Wir orientieren uns eigentlich nicht an diesen Tendenzen. Das Profil von Best-Reisen ist geschärft und unsere Interessensgruppen wissen, dass wir den Reisebüros gehören und was sie von uns erwarten dürfen.



Seit fast 20 Jahren Ihr kompetenter Partner für weltweite Gruppen- und Erlebnisreisen

- Große Auswahl an Reisen mit garantierter Durchführung zu Trend-Zielen in Europa, dem Orient, Afrika, Asien, Amerika und Ozeanien
- Buchung über TOMA, attraktive Provision, kein Mindestumsatz

Bestellen Sie jetzt unseren Katalog 2018!

Oasis Travel GmbH
Frankfurter Allee 73c
10247 Berlin
Tel. 030-285 33 400
www.oasistravel.de
info@oasistravel.de

