

DER Touristik sieht Reisebüros im Aufwind

von Bianca Wilkens

DER-Touristik-Vertriebschef Kevin Keogh glaubt an die Zukunft des Vertriebs und prognostiziert zugleich eine Konsolidierung der Reiseveranstalter. Investitionen in Inhalte seien für die Zukunft unabdingbar.



Kevin Keogh, Leiter Vertrieb und Marketing bei DER Touristik Deutschland, sieht für Reisebüros eine rosigere Zukunft.

Foto: DER

Bei der Tagung zu ihrem 25-jährigen Jubiläum zog der Deutsche Reisering nicht nur Bilanz, sondern richtete auch den Blick nach vorn. Glaubt man den Worten von Kevin Keogh, Leiter Vertrieb und Marketing bei DER Touristik Deutschland, müssen sich die Reisebüros für die Zukunft grundlegend keine Sorgen machen.

„Alle fünf bis zehn Jahre verlagern sich die Marktverhältnisse in der Touristik. Ich glaube, jetzt gibt es wieder eine Marktverlagerung in Richtung Vertrieb“, sagte Kevin Keogh beim Zukunftsforum, das der Deutsche Reisering anlässlich seines 25-jährigen Bestehens im Zafiro Palace Alcudia auf Mallorca veranstaltete. Die Nähe zum Kunden sei eine Stärke der Agenturen, die sie künftig verstärkt ausspielen könnten.

Die Reiseveranstalter hingegen müssten sich auf weniger rosige Zeiten gefasst machen und ihre Rolle überdenken. „Es wird eine Konsolidierung geben“, sagte Keogh. „Ich rede nicht von einem Veranstaltersterben, aber es werden sich nicht alle Veranstalter am Markt halten können, die in den vergangenen 25 Jahren entstanden sind.“

Eine Herausforderung werde sein, stärker auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden einzugehen. Deshalb habe DER Touristik unter anderem eigene Incoming-Agenturen ausgebaut. Zudem bekomme der Content künftig eine enorme Bedeutung. „Wir müssen viel mehr Bilder, Videos und Informationen über unsere Produkte produzieren. Das ist ein enormes Investment, und die deutschen Veranstalter haben sich bisher viel zu wenig mit

dem Thema beschäftigt“, sagte Keogh. „Wenn wir das nicht tun, jammern wir in ein paar Jahren über Amazon und Google, die das Feld übernehmen.“