

touristik aktuell

WOCHENZEITUNG FÜR TOURISTIKER

www.touristik-aktuell.de

www.facebook.com/touristikaktuell



Die Sprachsteuerung wird sehr schnell Fuß fassen in der Touristik.

Kevin Keogh, Geschäftsbereichsleiter für Vertrieb und Marketing bei DER Touristik, über Tools wie Amazon Echo und Alita von Amadeus



Foto: DER Touristik

SPECIALS

- Airports
- Messen

Es wird noch digitaler

Die Branche wandelt sich, vor allem **Veranstalter** stehen unter Druck

Von **Matthias Gürtler**

Offene Märkte und eine digitalisierte, globalisierte Welt werden die Touristik in den nächsten Jahren weiter durcheinanderwirbeln. Davon ist Kevin Keogh, Geschäftsbereichsleiter für Vertrieb und Marketing bei DER Touristik, überzeugt. Seit Jahren zeichne sich ab, dass die größte Konkurrenz für die deutsche Touristik nicht im Wettbewerb untereinander, sondern im Einstieg branchenfremder Unternehmen liegt. Dies werde sich künftig verstärken, so der Manager. Betroffen seien davon vor allem klassische Produzenten: „Wenn jemand Angst hat in der Branche, dann sind es eher die Veranstalter und nicht die Reisebüros.“ Es werde zwar kein großes Veranstaltersterben geben, es stehe aber eine Konsolidierung bevor, so Keogh bei seiner Rede auf der Jahrestagung der Reisebüro-Kooperation Deutscher Reise- ring Mitte Oktober auf Mallorca.

Alle zehn Jahre, so hat der erfahrene Vertriebsexperte beobachtet, verlagerten sich die Machtverhältnisse. Zurzeit gehe es in Richtung Point of Sale. Die Reisebüros hätten ihre Position sehr gut behauptet und könnten sehr selbstbewusst in die Zukunft schauen.

Der Vorteil des klassischen Vertriebs: „Reisebüros können auf persönliche Wünsche der Kunden eingehen – und diese Wünsche nehmen zu“, so Keogh. Zudem hätten sie durch die zunehmende internationale Vernetzung und neue Technologien die Chance, auch ohne klassische Veranstalter gute Geschäfte zu machen, verweist Keogh unter anderem auf lokale Agenturen vor Ort.

Die Lösung für deutsche Veranstalter sei, das Angebot an eigenen Produkten auszubauen und sich noch internationaler aufzustellen. Allerdings komme es künftig darauf an, den vorhandenen Content auch für neue Techniken wie etwa Sprachassistenten einzusetzen.



Nicht nur Amazon ist da bereits sehr weit: Amadeus arbeitet unter dem Label Alita gerade daran, mithilfe von automatisch erstellten Reisevorschlägen die Beratung im Reisebüro weiter zu optimieren (siehe ta 40/2018). Die Idee: Ein Gerät hört beim Kundengespräch zu und liefert automatisch selbst erstellte, personalisierte Reisevorschläge. Ob dies zukunftssträftig ist, sei dahingestellt. Man müsse sich als Industrie allerdings grundsätzlich mit solchen Themen beschäftigen, „damit wir am Ende nicht hinterherlaufen“, fordert Keogh in Sachen Digitalisierung einen wesentlich offeneren Diskurs als bisher.

Foto: metamoreworks/v/istockphoto

IHR
SONNEN
SPEZIALIST



URLAUB IN DEN RED SEA HOTELS

- ✓ **Luxuriöse Red Sea Hotels** direkt am Roten Meer
- ✓ **Flexible Aufenthaltsdauer** möglich bis hin zu Langzeitaufenthalten von 28 Tagen und länger
- ✓ **Bequeme Direktflüge** für entspanntes Reisen
- ✓ **Gute Single mit Kind Konditionen** durch Kinderfestpreis bis 13 Jahre

