

REISEVERTRIEB

Veranstalter: Die Probleme mit den Onlinern

Freitag, 26.10.2018



Der wachsende Online-Vertrieb bereitet den Reiseveranstalter weniger Freude als man denkt. Foto: filorosso.de - Manfred Gerber/www.pixelio.de

Die Reiseveranstalter sind weit weniger glücklich über den wachsenden Online-Vertrieb als oftmals angenommen. Denn der Vertriebsweg hat mit Provisionen von durchschnittlich elf bis zwölf Prozent seinen Preis. Und er liefert in vielen Fällen nicht das, was die Reisebüros liefern.

So gingen Online-Buchungen oft wesentlich kurzfristiger ein als auf dem klassischen Weg, berichtet unter anderem Detlef Schroer, Vertriebschef von Schauinsland-Reisen. Die Folge seien erschwerte Kapazitätsplanungen. Davon abgesehen sei die Zahl der Buchungsanfragen und somit die Belastung der Systeme deutlich höher, der Reisepreis im Schnitt niedriger als im Reisebüro-Geschäft. Das sorge für geringere Margen, so Richard Reindl, Vertriebsdirektor bei FTI.

Hinzu komme, dass Reisebüros im Krisenfall als riesiges Callcenter für die Veranstalter agierten, während Online-Portale in solchen Fällen schnell überlastet seien, merkt Schroer an. „Diese Kunden hängen dann in unseren Hotlines, die dem Ansturm ebenfalls kaum gewachsen sind“, so der Manager während einer Podiumsrunde auf der Tagung des Deutschen Reising am vergangenen Wochenende auf Mallorca.