

Tourismus - Zukunft - Technologie

touristische Denkanstöße
07.01.2007

« [Internet meets Reisebüro](#)
[Web 2.0-Hype erreicht nun erstmals offensichtlich Europa](#) »

Heimverkäufer statt Reisebüro?

Im Januar 2007 hat ein neuer Verband für die Reisebranche seine Tätigkeit aufgenommen: Verband Selsbtändiger Reiseberater Deutschlands (www.vsrđ.de). Dieser hat sich zum Ziel gesetzt den selbständigen, mobilen Reiseberater eine Organisationsstruktur zu verleihen. Neben den Reisebüros hat sich nach und nach ein zusätzlicher Vertriebsweg für qualifizierte Reiseberatung entwickelt. Im Stile des Direktvertriebes sind ca. 10.000 selbständige Berater in Deutschland unterwegs, welche eine Reiseberatung bei den Kunden daheim bzw. mobil durchführen (Siehe FVW1/07). Unabhängig von Ladenbüros und unabhängig von Öffnungszeiten bieten diese Berater dem Kunden einen Service, dort wo er sich im wohlsten fühlt: Daheim in seinen eigenen vier Wänden.

Damit etabliert sich in der Reisebranche eine Vertriebsart, die in anderen Sparten bereits enorme Umsatzanteile verbuchen kann. Gerade in der Versicherungsbranche verkaufen einige große deutsche Versicherungen mehr als die Hälfte ihrer Policen über den Direktvertrieb. Viele Berater können im Heimverkauf eine intensivere und bessere Beziehung zu ihren Kunden aufbauen, als in den standardisierten Agenturbüros. In vielen anderen Ländern hat der Direktvertrieb eine große Bedeutung, ein Trend, der sich auch in Deutschland entwickeln wird.

Was bedeutet das für die Reisebranche in Deutschland? Neben den "neuen" Vertriebswegen, wie Internet, TV oder Supermärkte wird auch der Direktvertrieb weiter zunehmen. Die Konkurrenz für die Reisebüros wird weiter wachsen und damit auch der Druck sich weiterzuentwickeln und sich diesen Gegebenheiten anzupassen. Dennoch werden auch trotz dieser Entwicklung die Reisebüros nicht aussterben. Es gibt weiterhin gute Gründe für das Reisebüro, allerdings auch neue Rahmenbedingungen, an die sich die Büros anpassen müssen. Der Druck auf die

Büros wird steigen, sich neu aufzustellen und neue Geschäftskonzepte zu entwickeln.

Die Reisebüros werden sich langfristig nur durch Qualität, Spezialisierung und einmaligen Produkten eine Zukunft sichern können. Der Massenmarkt mit Standardprodukten wird durch das Internet und Kollegen abgedeckt, die Massenmarkt mit Beratung wird auch durch die Heimverkäufer bedient, der hoch spezialisierte Reisemarkt kann nur noch von wenigen Heimverkäufern und den fokussierten Reisebüros bedient werden. Aber anstatt eine Diskussion zu führen ob Reisebüro oder Heimverkäufer, ist es sinnvoll zu fragen, in welcher Form kann das Reisebüro von einem Direktvertrieb profitieren. Wie können hier Synergieeffekte aufgebaut werden? Es gilt den Fehler zu vermeiden, der beim Aufkommen des Internets gemacht wurde: Das Internet wurde zu lange als "Feind" des Reisebüros gesehen anstatt zu fragen, welche Vorteile bietet das Internet für die Reisebüros. Bis dieser Fehler wieder gut gemacht wird, vergehen sicherlich noch ein paar Jahre. Verlorene Jahre für das Reisebüro.

JO