

Die Kreuzfahrt macht's vor

In einer Studie hat Studiosus den **Gruppenreise-Markt** unter die Lupe genommen. Guido Wiegand, Marketing-Chef von Studiosus und Vorsitzender der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR), sieht für Reisebüros noch jede Menge Potenzial in dem Segment. Dazu müssten aber seiner Meinung nach noch etliche Anstrengungen unternommen werden. | Von Julia Treuherz



Guido Wiegand, Marketing- und Vertriebschef von Studiosus

Herr Wiegand, wie groß schätzen Sie das Potenzial für Reisebüros im Gruppenreise-Markt?

Da gibt es ein gehöriges Wachstumspotenzial. Der Reiseanalyse 2018 zufolge nahmen rund 2,3 Millionen Menschen an einer Gruppenreise teil, doch nur ungefähr 700.000 Reisen wurden im Reisebüro gebucht. Das sind 26 Prozent. Der Marktanteil von Reisebüros an Gruppenreisen ist also niedrig. Der Wunsch der Menschen nach sozialen Kontakten ist enorm, auch bei der jüngeren Generation. Das gilt auch fürs Reisen. Insofern ist der Ansatz der Gruppenreise zeitlos.

Was ist Ihr Vorschlag?

Alle Vertriebsorganisationen setzen aktuell stark auf das Thema Kreuzfahrt. Mein Vorschlag wäre, einmal darüber nachzudenken, ob nicht das Thema Gruppenreisen auch ins Reisebüro passen würde. Schließlich geht es hier um Menschen, die soziale Kontakte suchen. Warum sollten nicht künftig eine Million Reisen in stationären Reisebüros gebucht werden? Wenn sich der Reisebüro-Vertrieb darauf konzentriert, kann das Ziel problemlos in den nächsten drei bis fünf Jahren erreicht werden, denke ich.

Sie sprachen von Anstrengungen. Was genau meinen Sie?

Der Gruppenreisemarkt ist sehr stark fragmentiert, es gibt nur wenige große Anbieter und sehr viele kleine. Mit der Folge, dass das gesamte Gruppenreisegeschäft bislang nur rudimentär über die Systeme zu buchen ist. Die Beseitigung dieses strukturellen Problems ist eine wesentliche Voraussetzung, um in

das Geschäft einzusteigen. Traveltainment ist gerade in der Pilotphase mit einem Rundreise-Tool, über das sehr viel mehr kleine Anbieter buchbar sein können und das das Segment insgesamt viel besser präsentiert.

Was können Reiseverkäufer selbst tun?

Die Basis sind Schulung und Produkt-Know-how. Wichtige Punkte einer Gruppenreise sind neben Programm, Terminen und Preisen die Reiseleiter-Qualität und die Zusammensetzung der Gruppe. Man muss eine ganze Reihe Vorurteile beseitigen, zum Beispiel, dass nur alte Leute mitfahren, was falsch ist. Reisebüros müssen wissen, auf welche Klientel sich ihr Kunde einstellen muss. Dafür gibt es zahlreiche Schulungen im Markt.

Was macht der Reiseverkäufer, wenn er geschult ist?

Wenn ich die Voraussetzungen geschaffen habe, muss ich mich als kompetenter Ansprechpartner für Gruppenreisen präsentieren. So wie es im Kreuzfahrtbereich gemacht wird, da wird das massiv nach außen getragen, was sicherlich auch zum hohen Anteil der Reisebüro-Buchungen in diesem Segment beiträgt. Ähnliches müsste man im Bereich Gruppenreise tun. Es geht hier um den Wettbewerb mit anderen Vertriebskanälen.

Wer bucht denn im Reisebüro?

Reisebüros können überraschend gut die jungen Reisenden abgreifen. Wer unter 30 Jahre alt ist, geht eher ins Reisebüro, als dass er direkt bucht. Auch die Über-60-Jährigen buchen am Counter. Was fehlt, sind vor allem Reisende mittleren Alters.

Wie kann man die ansprechen?

Über ihre Reisemotivation. Andere Mitreisende sind für Gruppenreisende das Salz in der Suppe. Man sucht den sozialen Anschluss. Deswegen ist es auch logisch, dass die meisten in großen Gruppen reisen wollen, wenn das Ziel des Urlaubs der Austausch mit anderen ist.

Studiosus bietet aber auch sehr erfolgreich Reisen in kleineren Gruppen an.

Ja, der Bedarf ist da. Rund ein Viertel der Befragten unserer Studie gibt an, eine Gruppe von fünf bis 14 Teilnehmern zu bevorzugen. Aber ab einer gewissen Größe kann man nicht mehr von Gruppenreisen sprechen. Eine Durchführungsgarantie ab zwei Personen macht meiner Meinung nach keinen Sinn.

Warum nicht? Es ist doch aktuell ein großes Thema in der Branche.

Man verkauft den Leuten etwas anderes, als das, was sie sich erträumt haben. Stellen Sie sich vor, Sie wollen eine Reise in einer Gruppe machen und am Ende sind da Sie und ein Paar. Das kann gut sein. Muss es aber nicht. Stellt man den Kundenwunsch in den Mittelpunkt, kommt man nicht zu dem Ergebnis, dass eine Durchführungsgarantie sinnvoll ist.

Wie lukrativ sind Sondergruppen?

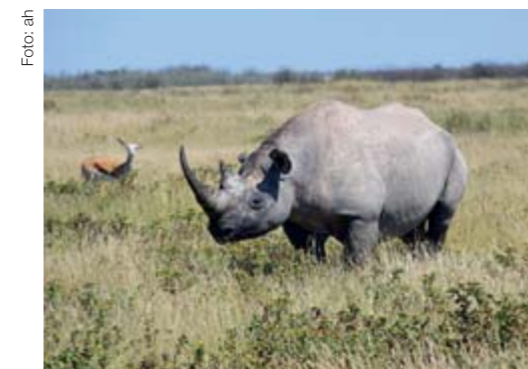
Sehr. Untersuchungen haben gezeigt, dass Reisebüros, die regelmäßig Sondergruppen anbieten, höhere Renditen haben, als solche, die das nicht machen. 2018 haben etwa 170.000 Urlauber eine Sondergruppe in einem Reisebüro gebucht. Auch hier gibt es Wachstumspotenzial, weil viele Reisende eine Sondergruppe direkt beim Veranstalter oder beim Busreiseanbieter einbuchen.

Das hat seinen Grund.

Sicher. Reisebüros, die in das Geschäft einsteigen wollen, brauchen einen langen Atem. Sie müssen sich stark in der Vermarktung engagieren. Es dauert, bis Kunden wissen, dass ihr Reisebüro auch eigene Reisen auflegt.

Wie unterstützt Studiosus Reisebüros beim Verkauf von Gruppenreisen?

Wir hatten in den letzten zwölf Monaten 14.000 Schulungsteilnahmen, seien es Präsenzschulungen, Fernschulungen, Webinare. Wer an Schulungen teilgenommen hat, erhält mehr Provision, das Reisebüro hat also einen unmittelbaren Return of Investment. Zudem haben wir über 120 Kundenveranstaltungen mit Reisebüros durchgeführt, Länderabende, exklusive Ballettaufführungen oder Sonderführungen durch Museen in der Stadt des Reisebüros, um einige Beispiele zu nennen.



Beliebte Erlebnisreisen wie nach Namibia sind nun auch in umgekehrter Richtung buchbar

Chamäleon: Mehr Kapazitäten für 2019

432 Seiten, 2.000 Fotos, 98 Reisen, 45 Länder – das sind die Daten des neuen Chamäleon-Katalogs für 2019. Weil der Veranstalter im aktuellen Jahr ein Umsatzplus von 25 Prozent verzeichnet, ging es bei der Planung für 2019 darum, die Kapazitäten auszubauen. Das ist Chamäleon mit einem „simply Kniff“ doch gelungen: Die beliebtesten Erlebnisreisen in Namibia, Südafrika und Tansania sind nun auch in umgekehrter Richtung buchbar. Im März kommt Israel als neue Destination hinzu. Weiterhin gilt für alle Reisen und alle

Termine eine Durchführungsgarantie ab zwei Personen. Dem Trend zur „Exportation Muße“ kommt Chamäleon mit dem Ausbau der Kategorie „Sense“ entgegen. Wie immer liegt dem Katalog eine DVD mit Länderfilmen sowie dem Afrika-Film „Das höchste der Gefühle“ bei. Zudem hat der Veranstalter einen neuen Claim: „Momente, für die es sich zu leben lohnt“. Das Programm wird im Rahmen der „Partnertage“-Roadshow vorgestellt. Mehr unter www.chamaeleon-reisen.de/Agentur/Partnertage. (ta)

G Adventures startet Reisebüro-Incentive

Erlebnisreisenveranstalter G Adventures hat für Reiseverkäufer ein Incentive-Programm aufgelegt. Die „Change Makers Challenge“ ist ein Verkaufswettbewerb, der Teilnehmer mit einer speziellen Reise im Juni 2019 belohnt. Expedienten können sich qualifizieren, wenn sie bis zum 31. März 2019 mindestens einen Trip von G Adventures verkaufen. Jede verkaufte Reise ist ein Los. Dann reisen Dutzende Expedienten aus vielen Ländern zum „Change Makers Summit“. Wo die einwöchige Reise

hingehet, ist geheim. Auf der einwöchigen Reise erfahren die Reiseverkäufer, welchen Einfluss verantwortungsbewusstes Reisen auf die lokalen Gemeinden hat. Ab dieser Woche können Reisebüros zudem alle Touren für 2019 buchen, die G Adventures gemeinsam mit National Geographic auflegt. Das Portfolio wurde um acht neue „National Geographic Journeys with G Adventures“ in Südamerika sowie in Süd- und Osteuropa erweitert. (ta)



Wohin die Incentive-Reise geht, ist noch geheim. Vielleicht reisen die Expedienten nach Bolivien!



Holland America Line
SAVOR THE JOURNEY

ISLAND · ANTIKES MITTELMEER

JETZT INKLUSIVE GETRÄNKEPAKET!



2 TAGE REYKJAVÍK & GEYSIRE

NATURSCHÖNHEITEN
14 Nächte ab/bis Amsterdam mit der *Nieuw Statendam* (neues Schiff) am 04.08.2019

p.P. schon ab **€ 2.999***
TERMIN 2019: 04.08.

HIGHLIGHTS

- Besuchen Sie Military Tattoo
- Panoramakreuzfahrten durch die isländischen Fjorde



MYKONOS & SANTORINI

ANTIKE REICHE
11 Nächte ab/bis Civitavecchia (Rom) mit der *Koningsdam* am 29.04.2019

p.P. schon ab **€ 1.649***
TERMIN 2019: 29.04.

HIGHLIGHTS

- Ephesos, eine der legendärsten Städte der Antike
- Atemberaubendes Santorini

Weitere Informationen finden Sie unter www.hollandamerica.com oder kontaktieren Sie unsere deutschsprachige Reservierung unter: **00800 1873 1873** (Mo. bis Fr. 9-18 Uhr, Sa. 9-16 Uhr)

*Preise basieren auf Doppelbelegung, sind inkl. Hafengelder und Steuern und können sich ohne Vorankündigung ändern. Bitte finden Sie die gültigen AGB auf hollandamerica.com. Stand 2010.2018

explore4

JETZT FRÜHBUCHER-VORTEILE SICHERN

Buchungszeitraum: 18.07. - 19.11.2018

Auf ausgewählte Kreuzfahrten Frühbucher-vorteile **INKLUSIVE:**

- Getränkepaket
- Abendessen im Spezialitätenrestaurant Pinnacle Grill
- Frühbuchervorteile für die 3. und 4. Person
- Flexible Buchungsbedingungen
- Zusätzlicher Suitenbonus: pro Suite ein Bordguthaben von 200 US\$

JETZT explore4 Frühbuchervorteile sichern +

EXTRA-BONUS
Bei Buchung bis 30. Oktober Bordguthaben bis zu \$150 p.P.