

28.07.2011 12:15 Uhr

Drucken Versenden Kommentare

DER TOURIST ALS KUNDE

Wie können traditionelle Reisebüros im Zuge der „Onlinisierung“ bestehen?

München. Das Internet hat in den letzten Jahren im Bereich Vertrieb von Reisen etc. enorm an Bedeutung gewonnen. Innerhalb weniger Jahre konnten große Marktanteile gewonnen werden. So wurden im Jahr 2009 bereits 41 Prozent aller Umsätze im Tourismus online erwirtschaftet. Verlierer bei dieser Entwicklung waren, beziehungsweise sind die stationären Reisebüros, deren Anzahl in den letzten Jahren kontinuierlich gesunken ist.



Entwickeln sich die stationären Reisebüros im Zuge des preisgeführten Wettbewerbs zu "alten Hüten"? Nicht, wenn sie mit innovativen Ideen kontern. © pixelio.de/Grey59

Doch wie geht es weiter mit den hiesigen Reisebüros? Haben Sie trotz der negativen Entwicklung eine Zukunft? Experten gehen davon aus, dass auch in Zukunft Reisebüros weiter eine wichtige Stütze im Reisevertrieb bilden werden und die Nachfrage nicht vollends verebben wird. Allerdings gilt es für die Reisebüros den Konkurrenzkampf mit dem Internet aufzunehmen und den Kunden wieder gute Gründe zu liefern, die gewünschten Reiseleistungen im Reisebüro zu buchen.

Neue Konzepte im preisgeführten Wettbewerb



Sicherlich ist ein Wettbewerb, der ausschließlich über den Preis geführt wird, für die Reisebüros keine allzu erfolversprechende Alternative. Vielmehr gilt es den Kunden einen echten Mehrwert zu liefern und ihn so für die Buchung im Reisebüro zu begeistern. Was bedeutet es nun einen Mehrwert zu bieten und wie können Reisebüros diesen schaffen? Mehrwert bedeutet, dass zum eigentlichen Produkt, eine Service- oder Zusatzleistung hinzugefügt wird. Ferner sollte der Mehrwert greifbar und messbar sowie dem Kunden konkret dienlich sein. Im Folgenden wird die Verbindung zwischen Kunde und Reisebüros in drei Abschnitte (Vor der Reise – Während der Reise – Nach der Reise) geteilt und eine kurze Übersicht gegeben, welche Faktoren im Bereich Mehrwert in dem jeweiligen Abschnitt eine Rolle spielen können.

Wohin soll die Reise gehen?

In der ersten Phase (Vor der Reise) lassen sich für die Reisebüros Mehrwerte in den Bereichen Fokussierung, Beratungskompetenz und Differenzierung realisieren. Um sich als Reisebüro zu fokussieren gilt es, sich folgende Fragen zu stellen: Wer sind überhaupt unsere Kunden? Welche Kunden können wir erreichen und was bedeutet das für uns als Reisebüro?

Darauf basierend kann ein klares Kundensegment bestimmt und erarbeitet werden und als Grundlage für das weitere Vorgehen hinsichtlich Angebotsportfolio genutzt werden. Mehrwerte sind dabei durch eine zielsichere Kundenansprache, eine eindeutige Positionierung, Konzentration auf das Kerngeschäft und die Bündelung des Beratungs- Know how zu

ARTIKEL ZUM THEMA

- » **Patient transparent:**
Was bringt die neue Gesundheitskarte? 
- » **Investitionsgüter:**
Die zehn typischen Fehler beim Vertrieb 
- » **Zwei Anbieter – eine Zielgruppe:**
Harmonie adé! Gemeinsamkeiten laufen im Business unter „Konkurrenz“ 
- » **Kundenservice:**
Soziale Netzwerke verdrängen klassische Einwegkommunikation 
- » **Shake your life:**
Den Energiespendern und Energieräubern auf der Spur 

TWITTER-WISSEN

- » Bedeutung von Twitter für das Online-Marketing
- » Wie Twitter funktioniert
- » Weshalb Twitter-Marketing so reizvoll ist
- » Worauf es beim Twitter-Marketing ankommt
- » Für welche Unternehmen sich Twitter-Marketing lohnt
- » Wie man Follower für seinen Twitter Account gewinnt
- » Welche Themen sind beim Twitter-Marketing wirklich wichtig?
- » Testen Sie Ihr Twitter-Wissen
- » Twitter Marketing bedeutet Kommunikation
- » Weshalb Feeds und ähnliche Tools nicht für Twitter geeignet sind

WIR MACHEN IHR UNTERNEHMEN BEKANNT!

- » Ihre Pressemeldung
- » Ihre Eventfotos
- » Ihr Video
- » Ihre Termine
- » Ihr Unternehmensportrait **TOP**
- » B2B Werbung
- » Kontakt aufnehmen
- » Weitere business-on.de Portale
- » business-on.de Partner werden
- » Meldung kommentieren
- » Immer Up2Date bleiben

[Anmelden zum NEWSLETTER](#)[Abonnieren Sie das RSS-FEED](#)[Alle Top-News mit TWITTER](#)[CONTENT für Ihre Webseite](#)

BUSINESS-ON.DE IPHONE APP

erzielen. Dieses kann durch eine gezielte Differenzierung in den Bereichen Ambiente und Zusatzangebote weiter verstärkt werden. So kann unter anderem eine zielgruppen- und angebotkonforme Inneneinrichtung oder auch die Schaffung von speziellen Communities den Kunden weiteren Nutzen stiften.

Die Bekanntheit des Reisebüros wird gesteigert, die Kundenbindung vertieft und Vertrauen geschaffen. Die Mitarbeiter können sich bei klaren Kundengruppen als Experten für gewisse Urlaubsthemen profilieren und durch überdurchschnittliches Branchenwissen und durch den Einsatz moderner Technik wie iPads oder ähnlichem zur besseren Visualisierung der Angebote die Kundenbindung erhöhen und für Nachhaltigkeit im Reisevertrieb sorgen. Ein gutes Beispiel in der Praxis stellt das Reisebüro „urlaubsexperte.de – die lounge“ dar. Dieses überzeugt durch ein überzeugendes Konzept und sticht durch Inneneinrichtung,



Beratung ist King! Wenn in den Reisebüros wieder das geleistet wird, was sie von der Online-Konkurrenz unterscheidet, ist Abheben ganz leicht. © pixelio.de /Dieter

Zielgruppenansprache und Technikeinsatz klar aus der Masse heraus. Auch der TUI Flagshipstore in Berlin Mitte zeigt, wie eine neue Generation von Reisebüros aussehen kann. So weist das Reisebüro der Zukunft unter anderem einen "Touch Table" mit 65 Zoll Bilddiagonale und modernen Videoprojektionen vor.

Darf ich noch etwas für Sie tun?

In der zweiten Phase (während der Reise) hat das Reisebüro weitere Möglichkeiten den Kunden Mehrwerte zu bieten. So kann beispielsweise ein individueller Transfer zum Flughafen und Bahnhof für die Kunden organisiert werden. Vor allem für weniger mobile Menschen bieten sich solche Leistungen an. Auch kann das Reisebüro den Kunden während der Reise als Kontakt zur Verfügung stehen. Natürlich sind die Reiseleiter der Veranstalter für die Kunden in den Urlaubsorten erste Ansprechpartner. Dennoch freuen und schätzen viele Kunden es, wenn sie ihr Reisebüro schnell und einfach erreichen und bei Beschwerden, Sorgen oder Nöten, ihr Reisebüro kontaktieren können. Hierbei ist es natürlich wichtig auch über die normalen Bürozeiten Erreichbarkeit zu gewährleisten, um entsprechende Mehrwerte für den Kunden zu erzielen.

Vielen Dank für den Besuch, beehren Sie uns bald wieder!

Nach der Reise gilt es für das Reisebüro den Kontakt zum Kunden nicht zu verlieren, um neue Buchungen zu generieren und möglichst von Bestandskunden weiterempfohlen zu werden. Dabei können wieder verschiedene Maßnahmen greifen, um die Kunden weiter an das Reisebüro zu binden. Beispiele hierfür sind themen- und zielgruppenspezifische Kundenabende, die Einbindung der Kunden in Reise-Communities oder auch die Zusammenarbeit mit Kunden bei der Erstellung eigener und neuer Reiseangebote.

Es lässt sich insgesamt festhalten, dass Reisebüros durchaus sehr wertvoll für die Kunden sein können und auch gegen das scheinbar übermächtige Internet bestehen können. Engagement, Kreativität und vor allem eine intensive Auseinandersetzung mit den eigenen Kundengruppen, können den Reisebüros den Schlüssel zum Erfolg liefern und so durch die Schaffung klarer Mehrwerte die Kunden an

NEUESTE ARTIKEL


- 28.07. 12:13 **Münchner Golfwoche:** Gelungene Turnierserie mit hervorragenden Ergebnissen 
- 28.07. 11:33 **Arbeitsmarktzahlen:** Arbeitslosigkeit in Bayern erreicht niedrigsten Juli-Wert seit 1995 
- 28.07. 11:07 **Siemens:** Verschiebung des Osram-Börsengangs?
- 28.07. 10:03 **Hausbau & Renovieren:** Wie findet man die richtige Baufirma? 
- 28.07. 09:32 **10 Fragen an...Lutz Hartmann, McDonald's:** "Unsere Azubis lernen mehr als nur Burger braten" 
- 28.07. 08:20 **25. MEDIENTAGE MÜNCHEN:** Online-Gipfel MEDIENTAGE MÜNCHEN: Lösungsansätze zum Schutz von Medien-Content 
- 28.07. 08:16 **Siemens:** Löscher verlängert bis 2017 

TERMINE

- 19.09. **ADVANCE International Web & StartUp Conference** - Köln
- 22.09. **RENEXPO®** - Augsburg
- 27.09. **Personalmesse München** - München
- 29.09. **Social Business Forum 2011** - München
- 18.10. **MATERIALICA 2011** - München

[mehr im Kalender](#)

MEISTGELESENE ARTIKEL

- 1 **Social Media im Unternehmen** 10 Tipps zur erfolgreichen Einführung 

das Reisebüro binden.

Die [4-advice | Change & Innovation Consulting](#) in Bonn hat sich unter anderem spezialisiert auf Change Management und Innovation Management.

(Christian Borowski)

Fotokennzeichnung:

Bild Nr. 1 © Grey59 / [pixelio.de](#)

Bild Nr. 2 © Dieter / [pixelio.de](#)

Tags: Reisebüro [Preise](#) [Wettbewerb](#) [Kunde](#) [Mehrwert](#) [Kunden](#) [Internet](#) [Kundenabende](#) [Service](#) [Beratung](#) [Ansprache](#)

Gefällt mir

Ihren **XING** Kontakten zeigen

2

0

Mehr Teilen-Services

0

2 Mobile Marketing

Der neue Trend im Online Marketing



3 Facebook Top-20

Wer hat die meisten Facebook "Likes" in München?



4 Online-Marketing - Teil 1

Was SEO ist und wie es Unternehmen hilft



5 Online-Marketing

Die Zukunft des E-Mail-Marketing



6 Marken-Ranking

Der Deutschen liebste Markenprodukte



7 Werbeausgaben

Die Top-Werber 2010

BUSINESS-ON.DE REGIONAL

20 Portale, 400.000 Leser pro Monat.
Klicken Sie auf Ihre Region:



Mehr zum Thema Marketing:



Social Media für Banken und Sparkassen

Teil 28: Social Media Marketing



Google+ - Konkurrenz für Facebook, XING und Co.?

Teil 27: Social Media Marketing



Deutsche Top-Marken im Internet im Juni 2011

Onlinenutzerzahlen



Wo die Vorteile eines eigenen Affiliate-Programms liegen

Affiliate Marketing



Social-Shopping steckt noch in den Kinderschuhen

E-Commerce

Kommentar abgeben »


Ihr (Nick-)Name:

Titel für Ihren Eintrag:

Kommentar abgeben:

Bei einer Antwort möchte ich per Email benachrichtigt werden an meine Emailadresse: (wird nicht veröffentlicht)

Kommentar speichern

Nach oben 

Finde uns auf Facebook

Registrieren

Erstelle ein Konto oder **melde dich an**, um herauszufinden, was deinen Freunden gefällt.



Business News München

Gefällt mir



Business News München



Der Tourist als Kunde: Wie können traditionelle Reisebüros im Zuge der „Onlinisierung“ bestehen?

www.business-on.de

Das Internet hat in den letzten Jahren im Bereich Vertrieb von Reisen etc. enorm an Bedeutung

Soziales Plug-in von Facebook

Aktuell

Termine, News, IT & Telekommunikation, Recht & Steuern, Jobbörse, Messen, "München meint...".

Lokale Wirtschaft

Interviews, Unternehmen, Immobilien, Eventfotos,

Bizz Tipps

Top-Seminare, Seminare & Weiterbildungen, Personal, Hot Spots, Buchtipps,

Lifestyle

Top-Tipps, Wellness & Genuss, Life & Balance, Reisen, Gourmet Guide, Hotel Guide, FriendScout24,

Marketing

Marketing News, Die PR-Kolumne, Medien Blog,

Finanzen

Aktien & Fonds, Vorsorge, Finanzierung,

Fachwissen

Fachwissen Energie/Umwelt, Fachbeiträge Recht & Steuern, Fachwissen Vertrieb,

Golf-on

SMILE EYES Trophy 2011,

[Entdecken Sie business-on.de:](http://www.business-on.de)

Infos aus München zu Unternehmen, Gewerbeparks, Existenzgründung, Wirtschaft, Steuern, Recht, Messen, Seminare, Finanzen, Incentives, Restaurants, Golf, Lifestyle uvm.

© 2011 Zöller Consulting GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

[» Über business-on.de](#) [» Impressum](#) [» Kontakt](#) [» Werbung](#) [» Partner](#) [» Archiv](#) [» Themenverzeichnis](#)

Weitere Regionen: [» Aachen-Euregio](#) [» Berlin](#) [» Deutschland](#) [» Düsseldorf](#) [» GTE Deutschland](#)
[» Hamburg](#) [» Köln-Bonn](#) [» Mecklenb.-Vorpommern](#) [» Mittelfranken](#) [» Niedersachsen-Ost](#) [» Nordbaden](#)
[» Ostwestfalen-Lippe](#) [» Rhein-Main](#) [» Ruhr](#) [» SaarLorLux](#) [» Stuttgart](#) [» Südbaden](#) [» Südwestfalen](#)
[» Weser-Ems](#)

