

Editorial

Das Weihnachtsfest steht vor der Tür, ein Geschäftsjahr neigt sich dem Ende zu. Das gibt uns Gelegenheit, die vergangenen Monate und insbesondere die letzten Wochen Revue passieren zu lassen. Das Jahr 2014 war dabei für viele Branchenteilnehmer, insbesondere im touristischen Vertrieb, ein wirtschaftlich schwieriges Jahr. In der letzten Ausgabe konnten wir beleuchten, welche Auswirkungen die Streiks der Leistungsträger auf den Vertrieb hatten und haben – zumindest bei der Deutschen Bahn scheint nun eine Einigung in Sicht. In dieser Ausgabe ergänzen wir unsere Analyse um die aktuellen Zahlen.

Der November und Dezember standen auch im Zeichen verschiedener Tagungen, zuletzt die DRV-Jahrestagung in Abu Dhabi. Wir schauen zurück mit einem zwinkernden Auge und freuen uns im nächsten Jahr auf eine Fortsetzung vieler interessanter Gespräche.

Vor allem aber wollen wir unseren Blick nach vorne richten. Dabei nehmen wir ein Thema auf, das derzeit online in Fachforen leidenschaftlich diskutiert wird: eine Petition, initiiert von der Reisebüro-Inhaberin Marija Linnhoff, fordert einen Qualifizie-



Agenda

Editorial.....	1
Umsatzzahlen im November 2014.....	1
Qualifizierte Mitarbeiter das A und O.....	2
Was sagen unsere Kunden?.....	3
Zu guter Letzt.....	4

rungsnachweis für die Vermittlung von Urlaubsreisen. Wir befragen unsere Kunden zu Ihrer Meinung und geben Ihnen einen Überblick.

Für Anregungen und Feedback zu unserem Stopover sind wir jederzeit dankbar. Wir wünschen Ihnen und Ihren Liebsten noch einen entspannten Jahresausklang und kommen Sie gut ins Jahr 2015!

Vorweihnachtliche Grüße

Adrian Brehm
» Geschäftsführer

Umsatzzahlen im November 2014

Die (Ohn-) Macht der Zahlen

Mit dem uns zur Verfügung stehenden Datenmaterial erlauben wir uns von der taa auch gerne eine Einschätzung zum Reisemarkt und versuchen Entwicklungen und Trends herauszugreifen.

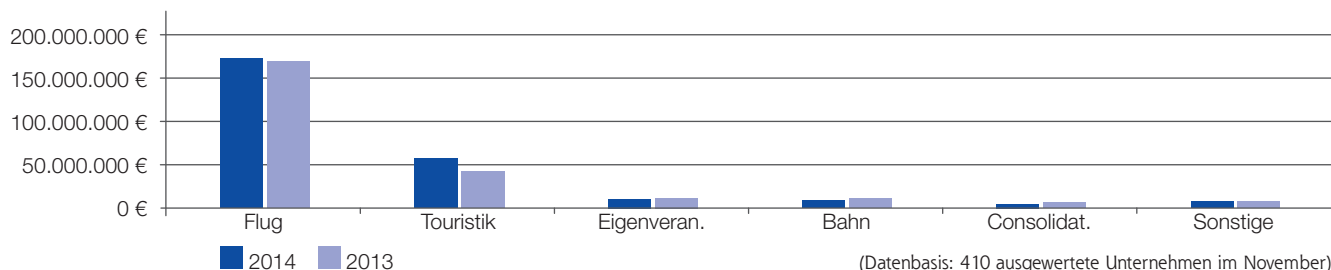
Beachtlich und durchaus verblüffend ist hierbei im November, dass die Touristikumsätze im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 9% gestiegen sind. Ebenso ein wenig überraschend der gemeinsame Umsatzrückgang sowohl im Flugbereich als auch bei den Consolidator. Der Rückgang von bemerkenswerten 13,7% beim Bahnumsatz hingegen erscheint durch den Streik eher weniger verwunderlich.

Grundsätzlich sehen wir es als unsere Pflicht an, diese Daten, soweit es uns natürlich möglich ist, auf Relevanz und Richtigkeit zu prüfen. Bei Betrachtung der gesamten Umsätze im November traten dabei jedoch interessante Erscheinungen ans Tageslicht, die wir Ihnen auch nicht vorenthalten möchten.

So bereitet auch die GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) in ihrem monatlichen Reisebüro-Panel Zahlenmaterial auf. Dort wird unter anderem festgestellt, dass das Touristikgeschäft im November lediglich auf Vorjahresniveau gehalten werden konnte. Der ta.ts-Reisebüro-Spiegel, der auch monatlich erscheint, zeigt sogar ein noch düsteres Bild auf. Dort lagen die Umsätze 1,2 Prozentpunkte unter dem Vorjahr. Schauen wir hingegen auf die Zahlen der taa, erscheint im Jahresvergleich sogar ein Plus von 1,1%.

Der geneigte Leser wird sich nun zu Recht fragen, welche Zahlen denn stimmen. Auch wenn sich unser Ergebnis mit einem positiven Resultat schön anschauen lässt, so können wir es nicht als allgemeinverbindlich erklären. Schon im nächsten Monat kann das Pendel wieder auf die andere Seite ausschlagen. Denn letztlich schwingt wohl bei allen Aussagen ein Funke Wahrheit mit, da jeder Statistik eine andere Datenreihe und somit unterschiedliche Reisebüros zu Grunde liegen.

		Flug	Touristik	Eigenveran.	Bahn	Consolidat.	Sonstige	Summe
November	2014	167.860.138	52.225.046	6.020.381	5.639.304	2.975.932	3.813.900	238.534.701
	2013	168.697.309	47.809.523	6.275.872	6.536.126	3.260.180	3.474.513	236.053.523
Veränderung		-0,5%	9,2%	-4,1%	-13,7%	-8,7%	9,8%	1,1%



Versuchen Sie daher aus den Branchentrends zu erkennen, dass es auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten möglich ist, eine positive und erfolgreiche Entwicklung zu nehmen.

Entscheidend hierfür ist, dass Sie für sich und Ihr Unternehmen ein geeignetes Reporting entwickelt haben, dass Ihnen Chancen und Risiken aufzeigt.

Gerne sind wir von der taa Ihnen dabei mit unserem Fachwissen behilflich!

Qualifizierte Mitarbeiter das A und O

Eine Petition beschäftigt die Reisebürobranche

Seit 4. November gibt es eine Online Petition von Reisebüroinhaberin Marija Linnhoff, die sich zum Ziel gesetzt hat, einen Qualifizierungsnachweis beim Verkauf bzw. bei der Vermittlung von Reisen zu gestalten. Zum Schutz des Verbrauchers als auch zum Schutz des Berufes Touristikkaufmann / -frau fordert sie ein Mindestmaß an fachlicher und betriebswirtschaftlicher Qualifikation.

Durchaus kein verwegener Gedanke, da besonders in Zeiten des E-Commerce der Verbraucherschutz ein enorm wichtiges Gut ist. Der Kunde ist zwar König auf dem volkswirtschaftlichen Käufermarkt, kann sich jedoch von der Fülle der Angebote erschlagen fühlen. Es gibt unzählige Reisebüros, Onlineportale, selbstständige Reiseverkäufer und natürlich die Reiseveranstalter selbst. Eine kompetente Beratung vor der Reise und eine Betreuung während bzw. nach der Reise durch qualifizierte Mitarbeiter erscheinen unerlässlich.

Doch es bleiben Fragen offen. Wie könnte dieser Qualifizierungsnachweis stattfinden und inwieweit kann dadurch die Berufsgruppe der Touristiker geschützt werden?

Handwerkliche Berufsgruppen werden beispielsweise auch per Gesetz geschützt. Doch was unterscheidet einen Friseur von einem Hairstylisten außer der Name? Friseur darf sich nur der-

jenige nennen, der eine dreijährige Ausbildung genossen hat. Aber Haare schneiden dürfen letztlich beide.

Klar ist jedenfalls, dass anders als beim Friseur, durch eine mangelhafte Beratung die schönsten Wochen des Jahres schnell zu einem finanziellen Fiasko werden können.

Auch wenn es noch viele Fragezeichen gibt, so hat die Petition mit ihrer Forderung nach mehr Qualität durchaus eine Berechtigung. Und Frau Linnhoff kämpft noch nicht um den finalen Gesetzesentwurf, sondern vielmehr um Gehör und Aufmerksamkeit für Probleme der Branche.

Wie ist Ihre Meinung zu diesem Thema? Braucht die Branche einen gesetzlichen Qualifizierungsnachweis und wie könnte dieser realisiert werden?

Hier der Link zur Petition. 120.000 Stimmen werden bis Mai 2015 benötigt, um eine Anhörung im Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages zu erwirken.

Was sagen unsere Kunden?

Qualifizierungsnachweis zum Verkauf / Vermittlung von Reisen

taa: Braucht es eine politische / gesetzliche Vorgabe für den Verkauf von Reisen? Wenn ja, wie sollte diese aussehen? Wenn nein, warum nicht?

Unger: Ja, die braucht es unbedingt. Wir mussten leider schon die Erfahrung machen, dass Quereinsteiger selbst bei leichten Bürotätigkeiten mit nur geringem touristischen Bezug überfordert waren.

Es herrschen sowohl beim Kunden als auch in der Gesellschaft falsche Vorstellungen von unserem Berufsbild vor. Wir können nämlich nicht die ganze Zeit selbst im Urlaub verweilen. Unsere Arbeitsanforderungen sind mit Geographie-, System- und Rechtskenntnissen derartig vielfältig und anspruchsvoll, dass dies nur mit kompetenten Mitarbeitern zu realisieren ist.

Hoffmann: Auch wenn der stationäre Vertrieb davon profitieren könnte, habe ich vor einer weiteren gesetzlichen Reglementierung Bedenken. So sehe ich den Kunden nach aktueller Gesetzeslage bereits ausreichend geschützt und glaube zudem, dass die Möglichkeit der Individualität dadurch eingeschränkt wird.

Vielmehr sollte es interner Antrieb sein, mit hoher Qualität am Markt zu agieren. Dies wird besser honoriert als die Einhaltung eines Gesetzes.

taa: Wie sorgen Sie für ausreichende Qualifizierung bei Ihren Mitarbeitern?

Unger: Bei der aktuellen Arbeitsmarktsituation merken wir auch immer, wie schwierig es ist gute und geschulte Mitarbeiter zu bekommen. Daher wird bei uns das Thema „Ausbildung“ groß geschrieben. Zusätzlich versuchen wir jede Form der Fortbildung zu nutzen.

Seien es Online-Schulungen, Info-Reisen oder Kundentrainings. Natürlich können wir dabei nicht immer alle Mitarbeiter daran teilnehmen lassen. Das versuchen wir durch eine rege interne Kommunikation aufzufangen, so dass jeder vom Kollegen oder der Kollegin etwas lernen kann.

Letztlich können wir auch oft von unseren Kunden noch etwas Nützliches oder Neues erfahren.

Hoffmann: Qualität und Kompetenz ist mir bei meinen Mitarbeitern und Kollegen sehr wichtig. Daher dürfen alle Mitarbeiter einmal im Jahr an einer einwöchigen Inforeise teilnehmen. Gerne übernehme ich dabei den Geld- und Zeitaufwand. Auch

bei den Roadshows der Veranstalter sind wir oft gemeinsam unterwegs, das ganz nebenbei auch einen tollen Effekt auf das Teambuilding hat. Problematisch sehe ich hingegen die Onlineschulungen der Veranstalter, die an Anzahl und Inhalt derart drastisch zugenommen haben, dass sie nur mit unwahrscheinlich hohem Zeitaufwand zu bewältigen sind.

taa: Wie können Sie diese Qualität an Ihre Kunden vermitteln? Wird diese Qualität von Ihren Kunden geschätzt?

Unger: Wir schalten in regionalen Zeitungen Werbeartikel, in denen wir von unseren Erfahrungen berichten. Aber auch online über unsere Homepage oder auf Facebook lassen wir Kunden an unserem Wissen teilhaben.

Doch am besten können wir unsere Kunden immer noch beim persönlichen Gespräch überzeugen. Dort erhalten wir auch schließlich die höchste Anerkennung. Am besten Fall natürlich in Form einer Buchung.

Hoffmann: Selbstverständlich nutzen auch wir Social Media um „nach draußen“ zu kommunizieren. Aber am persönlichen Gespräch führt einfach kein Weg vorbei. Das bleibt nach wie vor das wichtigste Medium, um zum einen die Bedürfnisse und Probleme des Kunden zu erfahren, als auch mit eigener Expertise zu punkten. Hier erfolgt dann auch die größte Wertschätzung von Kundenseite, denn oftmals kommen diese gerade wegen Informations- und/oder Beratungsmängeln.

Und zu guter Letzt

taa: Wie beurteilen Sie zum Ende des Geschäftsjahres das Jahr 2014 und in der weiteren Entwicklung das Jahr 2015? Eher optimistisch oder pessimistisch, mit welchem Wachstum rechnen Sie?

Unger: Das Jahr 2014 lief für uns wirklich super. Wir hoffen, dass es 2015 so weiter geht. Aber man weiß es ja leider nie. Die Branche steckt voller Überraschungen.

Hoffmann: Das Jahr 2014, zeitgleich unser drittes Geschäftsjahr, war mit einem Wachstum von 13-15% wirklich ein Knaller. Interessant ist dabei, dass die einzelnen Monate zu Beginn immer sehr umsatzschwach angelaufen sind, aber gegen Ende noch stark zugelegt haben. Für 2015 ist es unser Anspruch erneut zweistellig zu wachsen. Ich halte das auch für durchaus realistisch.



Rita Unger
» sonnenklar Reisebüro Rita Unger, Jena



Dirk Hoffmann
» Sonnenklar Reisebüro Dirk Hoffmann, Homburg

Zu guter Letzt

Geschichten aus zehn und einer Nacht

Gleich zwei touristische Tagungen fanden in den letzten Wochen in den Vereinigten Arabischen Emiraten statt – auf die LCC-Tagung in Dubai folgte die DRV-Tagung in Abu Dhabi. Für die taa-Reisegruppe bedeutete das neue Erfahrungen in einem bis dato fremden Land.

Mit Ankunft in Dubai zeigten sich die Emirate in besonderem Maße und vereint geschmückt – wie sich herausstellen sollte kein besonderer Empfang für die Tagungsteilnehmer, sondern Einleitung der Feierlichkeiten rund um den 43. Nationalfeiertag der Vereinigten Emirate. Die Entlassung aus dem britischen Königreich sorgt noch heute für eine ungeahnte Begeisterung, vergleichbar mit den Bildern deutscher Innenstädte nach dem Gewinn des Fußball-Weltmeistertitels. Wer ein großer Fan von Autokorsos ist, sollte sich schon jetzt ein Flugticket für den 02.12.2021 buchen. Dann finden nämlich die runden Feierlichkeiten anlässlich des 50. Geburtstages statt.

Für den „23-Grad-und-leicht-bewölkt“-Typ, als der ich mich an dieser Stelle oute, stehen die Emirate naturgemäß nicht weit vorne auf der Liste der privaten Reiseziele. Vorneweg: die Temperatur war unerwartet angenehm und überstieg selten die 30-Grad-Grenze. Der deutsche Botschafter in Abu Dhabi ist wohl ein ähnlicher Typ. Er schien nicht nur über den Besuch aus der Heimat, sondern auch über den beginnenden „Winter“, der-

art glücklich, dass er entschieden davon abriet, die Emirate in den Sommermonaten aufzusuchen. Die ganzjährig vor Ort aktiven Veranstalter waren über diese Äußerung verständlich unglücklich, so dass der ruhigen Botschafterrede eine spontane, organisatorisch ungeplante Klarstellung folgte – in Bayern würde man es vielleicht als verbale Watschn bezeichnen. Ob sich der Botschafter auch danach noch im selben Maße über seinen Besuch freute, kann ich nicht beurteilen, jedenfalls leerten sich die Tische nach Essensaufnahme schnell; wie man hört soll das auch an interessanten Parallelveranstaltungen gelegen haben...

Ungewohnte Bilder zeigten sich an den Tagungsvormittagen. Die Teilnehmer erschienen nicht nur vollständig und pünktlich, sondern auch in bester körperlicher Verfassung. Dass es einen kausalen Zusammenhang mit dem strikten nächtlich Ende des Alkoholausschanks gibt, ist eine bloße Vermutung.

Am Ende hatten wir auch ein tatsächliches seltenes Glück: Regen in Abu Dhabi. Je nach Quelle betrifft das 7-12 Tage im Gesamtjahr. Preisfrage: wie hoch war die Wahrscheinlichkeit einen solchen Regentag zu erwischen bei einem fünftägigen Aufenthalt (ohne Berücksichtigung der jahreszeittypischen Besonderheiten)? Unter allen richtigen Einsendern verlosen wir eine Kiste mit unterfränkischen Spezialitäten.



Impressum

taa Stopover

Nachrichten aus dem touristischen Backoffice

Erscheinungsdatum: 23.12.2014
ISSN 1610-4013

Herausgeber

taa travel agency accounting GmbH

Lützeltaler Straße 5c
63868 Großwallstadt
Internet: www.taa.de
Facebook: [facebook.com/taa.gmbh](https://www.facebook.com/taa.gmbh)
Telefon: +49 (0) 6022 / 200 - 4
Fax: +49 (0) 6022 / 200 - 700

Redaktion

Andreas Brand (verantwortlich)

E-Mail: andreas.brand@taa.de

Adrian Brehm

E-Mail: adrian.brehm@taa.de

Layout

Die Schittigs

Webdesign und Werbung
Telefon: +49 (0) 6021 / 362892 - 0
E-Mail: mail@dieschittigs.de
Internet: www.dieschittigs.de