

Nachrichten

TUI

Der stationäre Filialvertrieb von TUI Deutschland entwickelt sich langsam zum zweiten Callcenter des Veranstalters. Nach einem zögerlichen Start des Projekts „Kontakt plus“ sind inzwischen mehr als 230 Konzern-Reisebüros mit 750 Kontakt-plus-Verkäufern mit dabei. Sie können sich je nach Leerlauf im eigenen Büro per Knopfdruck in die Anfragen des zentralen Callcenters einklinken.

Thomas Cook

Die Zentrale des Franchise- und Kooperationsvertriebs von Thomas Cook hat bezüglich einer App für Endverbraucher noch keine Entscheidung getroffen. „Wir beobachten dieses Thema intensiv und werden dazu im ersten Halbjahr 2016 eine Richtungsentscheidung treffen“, sagt Geschäftsführer Albin Loidl auf Anfrage. Zum Verbund gehören die Marken Holiday Land, Thomas Cook sowie Neckermann Reisen Team und Partner.

RTK/Reiseland

Neue Partner im Bonus Club sind FTI und die Cordial Hotels, weitere Hotelketten sollen folgen. Im Mittelpunkt stehen Bonuszahlungen, die jeweils zur Hälfte an den Reiseverkäufer und zur anderen Hälfte an das Büro gehen. Dieses kann damit bestimmte Leistungen der RTK-Zentrale bezahlen.

Payback

RTK setzt die Zusammenarbeit mit Payback für mindestens weitere drei Jahre fort. Mit dabei sind nun auch die 150 Filialen von Reiseland. Wie viele der 140 Franchiser folgen werden, steht noch nicht fest. Ihnen wurde das Konzept auf der jüngsten Tagung in Hamburg vorgestellt.

First Business Travel

Die Geschäftsreisekette mit 70 angeschlossenen Büros hat ihren Online-Auftritt überarbeitet. First-business-travel.de erscheint nun im Responsive Design und mit neuen Inhalten. Neben der Buchungsmaske rücken Reise-News – etwa zu Streiks oder neuen Angeboten – und ein Slider mit Service-Themen in den Vordergrund. Statt Bannerwerbung gibt es so genannte Sponsored Posts.



Auch Schleswig-Holstein soll verstärkt in die Systeme kommen

Fotos: mg, TASH

Deutschland von A bis Z

Schmetterling Netzwerk will das buchbare Portfolio deutlich erweitern

Von Matthias Gürtler

Mit einem neuen Team und erhöhtem Budget will die Schmetterling-Kooperation ein altes Thema nach vorne bringen: „Wir wollen Deutschland noch besser buchbar machen“, sagt Katharina Gerigk, die im Frühjahr dieses Jahres ihren Leitungsposten im Münchner Büro von Booking.com aufgab und bei Schmetterling-Inhaber Willi Müller in der Fränkischen Schweiz unterschrieb.

Neben der privaten Verlagerung ihres Lebensmittelpunktes hat sich Gerigk vor allem wegen des Netzwerk-Projekts von Schmetterling in Oberfranken niedergelassen. „Das Thema passt perfekt zu mir – denn darin steckt

im Gegenzug beim Thema Deutschland nicht mehr allein auf die Veranstalter verlassen.

„Unser Ziel ist es, Deutschland flächendeckend anzubieten“, sagt Gerigk. „Die Reisebüros sollen keine Kunden mehr wegschicken mit der Begründung, dass sie dieses oder jenes nicht buchen können. Das ist ein richtiges Herzblutthema von mir.“

Das Interesse des Vertriebs sei da, hat die frühere Booking-Managerin bei den Schmetterling-Dialogtagen im Frühsommer dieses Jahres festgestellt. „Wir brauchen Unterkünfte am Bodensee“, sagten etwa die Büros im Raum Stuttgart. „Wir brauchen die Küsten“, hieß es in Hamburg und Berlin.

Die großen Herausforderungen sind die Überzeugungsarbeit bei den Unterkunftsanbietern und die Erweiterung des Angebots an technischen Schnittstellen, um die entsprechenden Verfügbarkeiten sofort zu sehen und direkt durchbuchen zu können.

Derzeit arbeitet Schmetterling mit allen großen Destination-Management-Systemen, heute sorgen knapp 30.000 buchbare Angebote für eine Verfügbarkeit von rund 500.000 Betten. Langfristig soll auch der Vertrieb von Erlebnissen und Eintrittskarten ausgebaut werden.



Kam von Booking zu Schmetterling: Katharina Gerigk

unheimlich viel Potenzial für die Reisebüros einerseits und für Unterkunftsanbieter andererseits.“

Die Herausforderung: Viele Anbieter, vor allem die kleineren Pensionen und Ferienwohnungen sind nach wie vor weder online, noch am Reisebüro-Counter buchbar. Dennoch stehe Müllers Vision: „Wir wollen den Anbietern die Chance geben, erstmals im klassischen Vertrieb buchbar zu sein und damit eine für sie oftmals neue Kundengruppe zu erreichen.“

„Mit dem Schmetterling-Netzwerk bieten wir einen neuen, attraktiven und direkten Vertriebsweg für die Unterkunftsanbieter und Gastgeber“, ist Gerigk überzeugt. Denn der klassische Reiseverkauf in über 6.000 Vertriebsstellen eröffne ihnen einen ganz neuen Zugang zu potenziellen Kunden. Und die Reisebüros müssten sich

i

Schmetterling-Netzwerk

Für alle Unterkunftsanbieter im Schmetterling-Netzwerk gelten dieselben Regeln: Die Hoheit über Preis, Verfügbarkeiten und Buchungsbedingungen liegt beim Betreiber, die Provision für das Reisebüro ist fair und angemessen und bereits vor der Buchung ersichtlich. Das Buchungskürzel ist mit „SMG“ (steht für Schmetterling) immer gleich. Gesucht werden kann im Veranstaltersortiment von Schmetterling Argus sowie im Preisvergleichssystem Schmetterling Vanessa entweder einfach nach „SMG“ oder gezielt nach einer Unterkunft für eine Stadt oder Destination. In diesem Fall erscheinen die Angebote des Schmetterling-Netzwerks als Teil der gesamten Ergebnisliste im System.