

ERFOLGSMODELL MOBILER REISEVERKAUF

Urlaub wird zunehmend im Internet organisiert und gebucht. Für freie Urlaubsberater liegt darin eine Riesenchance. Wie das Geschäft funktioniert und die Kunden ticken, erzählt eine mobile Verkäuferin aus der Praxis

Von Thomas Wüpper

Mobile Reiseverkäufer sind stark im Kommen: In den USA arbeiten schon 40 Prozent der Expis von Zuhause aus

Mit der zweijährigen Tochter, Mann und Freunden hat sich Sandra Morczinietz kürzlich einige Tage im Robinson Club Daidalos auf Kos erholt. Für die mobile Reiseberaterin aus Hannover haben solche Urlaube einen nützlichen Nebeneffekt. Denn über Facebook, Instagram und die eigene Homepage lässt die blonde Betriebswirtin mit Blogs und Fotos mehr als 1.000 treue Leser an ihren Erlebnissen teilhaben. Viele sind auch Kunden – oder könnten es bald werden.

Traumjob gefunden.

Arbeit, Familie und Freizeit flexibel verbinden. Das ist der Wunsch, der viele mobile Reiseberater antreibt. Sandra scheint ihre optimale Work-Life-Balance gefunden zu haben. „Für mich ist es der absolute Traumjob und die perfekte Lösung“, schwärmt die 36-Jährige. Nach Ausbildung und Studium startete sie 2011 als Beraterin beim mobilen TUI-Vertrieb Take Off Reisen und ist dort auch Teamleiterin. „Anders als im Reisebüro, wo ich gelernt habe, muss ich keine Menschen bedienen, die nicht

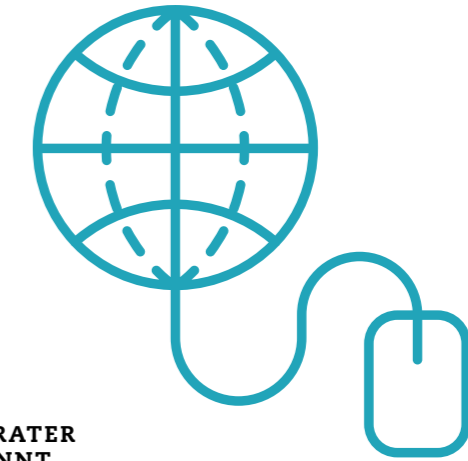
„ICH KANN MEINE ARBEITSZEIT SO EINTEILEN, WIE ES MIR PASST.“

zu mir passen“, sagt Morczinietz. „Ich habe die Kunden, die ich möchte, bin selbstständig, muss keine Vorgaben von Chefs befolgen und kann meine Arbeitszeit so einteilen, wie es mir passt.“ Allerdings: Ein Selbstläufer ist der Job nicht. „Man sollte sachkundig, kommunikativ, diszipliniert, etwas risikofreudig und gut organisiert sein“, betont sie, „sonst wird das nichts.“

Aller Anfang ist schwer.

„Wer neu startet, muss die Werbetrommel für sich rühren und darf nicht zu ungeduldig sein“, rät die Expertin. Drei Jahre könne es dauern, bis das Geschäft richtig läuft und ein fester Kundenstamm erarbeitet ist. Morczinietz setzte von Beginn an und mit Erfolg auf soziale Medien: „Ich habe erst mal über Facebook alle Freunde informiert, dass ich jetzt selbstständig Reisen verkaufe und jeder bei mir buchen kann.“

Schon bald kamen die ersten Anfragen, zumeist online. „Natürlich waren die Leute am Anfang etwas misstrauisch und rätselten, was ich eigentlich genau daheim mache und ob ihr Geld sicher ist, wenn sie die gebuchte Reise bezahlen“, erinnert sich die Beraterin. „Das TUI-Logo hilft schon sehr, Vertrauen bei den Kunden zu schaffen. Man kommt nicht wie ein Staubsauger-Vertreter daher.“



REISEBERATER UNBEKANNT

Nicht einmal jeder zehnte Deutsche weiß, dass es mobile Reiseberater gibt. Das Ergebnis einer gestützten, repräsentativen GfK-Umfrage zeigt, wie viel Potenzial noch in diesem Vertriebsweg steckt.

ZIELGRUPPE BEHINDERTE

Besonders für mobilitätseingeschränkte und ältere Menschen sind persönliche Reiseberater praktisch, die auch mal daheim vorbeikommen. So spart sich der Kunde den Weg ins Reisebüro.

WIDERRUF VERHINDERT

Der Verkauf von Pauschalreisen bleibt vom zweiwöchigen Widerrufsrecht ausgenommen. Brüssel und der Bundesrat wollten Verschärfungen, was den mobilen Reisevertrieb außerhalb von Geschäftsräumen erschwert hätte.



SANDRA ZÄHLT FAST 700 FACEBOOK-FREUNDE

Aktiv auf Instagram und Facebook.

Mittlerweile zählt Sandra allein auf ihrer geschäftlichen Facebook-Seite fast 700 Freunde, zumeist Kunden, die schon mal gebucht haben. Seit Ende 2012 teilt sie zudem auf einem eigenem Blog ihre Erlebnisse in Urlauben mit Familie und Freunden, auf Kreuzfahrten und Fernreisen wie in die USA, ihrem Lieblingsziel und Spezialgebiet. Inzwischen ist sie auch auf Instagram aktiv: „Dort sind vor allem jüngere aktiv, denen Facebook zu geschäftlich ist.“ Die Internetauftritte kurbeln das Geschäft an. Ihr Erfolgsgeheimnis? „Man muss ständig präsent sein. Am besten kommen tolle Bilder und dazu Erlebnisberichte an. So etwas schafft Vertrauen und den Anreiz, selbst mal hinzufahren. Zudem sehen alle, dass ich dort war und mich auskenne.“ Das allein genüge aber nicht. „Man muss auch echten Nutzwert liefern. Zum Beispiel den Hinweis, dass das Hotel wegen des flachen Sandstrandes und des netten Kinderclubs besonders empfehlenswert für Familien ist. Wenn man das gut macht, gibt es bald die ersten Fragen von Lesern, wie man da hinkommt und ob man das bei mir buchen kann.“

Hausbesuche sind selten.

Sandra ist typisch für die Generation jüngerer Reiseberater, die bereits vorwiegend online und kaum noch mobil aktiv sind. „Hausbesuche kommen eigentlich nur selten vor. Viele meiner Kunden kommunizieren wie ich am liebsten online, vorzugsweise per Mail und immer häufiger auch über Whatsapp“, beschreibt sie ihre Arbeit.

Das Meiste wird von Zuhause erledigt. Erst morgens, wenn die Tochter im Kindergarten ist, dann mittags, während der Nachwuchs ein →

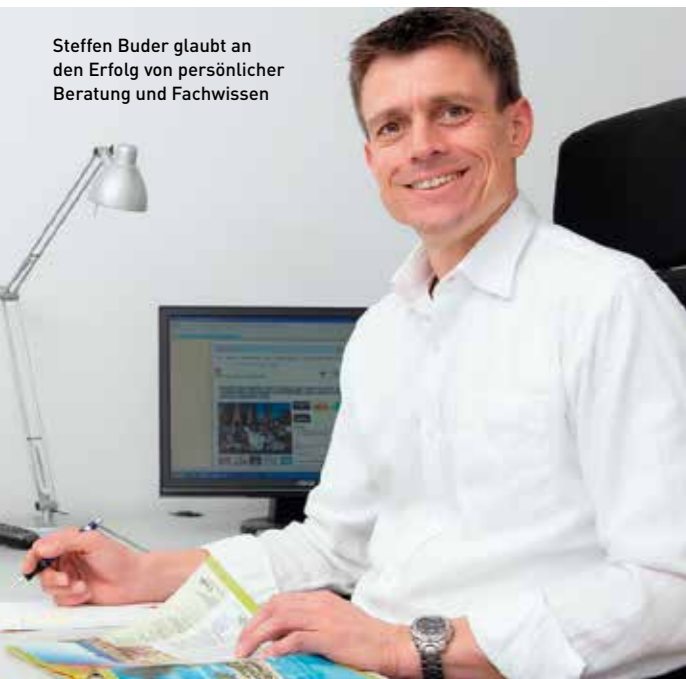
Foto: Gpointstudio/Getty Images/Stockphoto, Illustration: The Noun Project, Stockphoto

Schlafchen macht und manchmal abends, falls Kunden tagsüber keine Zeit haben oder noch ein Hotel reserviert werden muss. Auf ihrer Facebook-Seite poppt selbst am Sonntag eine Einladung zum Live-Chat auf. Der Aufwand lohnt sich: „Mindestens 80 Prozent der Kunden, die bei mir anfragen, buchen später auch.“

IN USA ARBEITET SCHON FAST DIE HÄLFTE DER VERTRIEBLER ALS HOME TRAVEL AGENT

Davon können die meisten stationären Reisebüros nur träumen. Dort geht viel Zeit und Geld mit Laufkundschaft verloren, die nur Kataloge abholt. Die Zeiten, als die Branche eher mitleidig oder naserümpfend auf den mobilen Reisevertrieb herunterschaute, sind vorbei. Besonders TUI baute die Sparte in den letzten Jahren kräftig aus (siehe Interview ab S. 7). In den USA sind laut dem Fachverband ASTA bereits mehr als 40 Prozent der Reiseverkäufer von Zuhause aus tätig und beschäftigen dort teilweise auch Mitarbeiter.

Steffen Buder glaubt an den Erfolg von persönlicher Beratung und Fachwissen



Sandra Morczinietz hat als freie Reiseberaterin ihren Traumjob gefunden

SANDRA MORCZINIETZ
Nach ihrer Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau hat Sandra Morczinietz Wirtschaftswissenschaften studiert. Während dieser Zeit verkaufte sie nebenberuflich Urlaub, seit 2011 als selbstständige Reiseberaterin.

STEFFEN BUDER
ist 1. Vorsitzender des Verbands Selbständiger Reiseberater Deutschlands und selbst aktiv. Buder hat zehn Jahre Veranstaltererfahrung und war Büroleiter eines Lufthansa City Centers. Seit 2003 arbeitet er als selbstständiger Reiseberater.

Die technische Entwicklung, die Reisebuchungen mit ein paar Klicks kinderleicht macht, beschleunigt den Umbruch enorm. Große Konzerne machen sich mit Macht und viel Geld im Online-Reisegeschäft breit. Wer als Vermittler mithalten wolle, ob mit oder ohne Ladenlokal, müsse „mit persönlicher Beratung und hohem Fachwissen glänzen, damit der Kunde genau das bekommt, was er sucht“, sagt Steffen Buder, Vorsitzender des Verbands Selbständiger Reiseberater Deutschlands (VSRD).

DIE BRANCHE SAMMELT GUTE ERFahrungen MIT TOURISTIK-QUEREINSTEIGERN

Tausende Ferienberater unterwegs.
Genau Marktdaten zum mobilen Vertrieb kann auch der VSRD nicht liefern. Buder geht von 3.000 bis 4.000 Beratern in Deutschland aus. Ein gutes Drittel davon arbeite hauptberuflich, Tendenz weiter steigend. Die Nummer eins der Veranstalter, TUI, sieht sich in dieser Sparte mit gut 700 Beratern ebenfalls als Marktführer. Daneben unterhalten auch die Wettbewerber DER Touristik mit Pro Tours und Thomas Cook mit Travelnet mobile Einheiten, die ebenfalls vor allem eigene Reiseangebote verkaufen sollen. Konzernungebunden agieren dagegen Systeme wie Amondo und Solamento. „Wir glauben an die Zukunft dieses Vertriebsmodells“, betont Amondo-Chef Achim Steinebach, der das Bonner Unternehmen 2003 mit seinem Geschäftspartner Gerd Hermann gründete. Nach anfangs großen Problemen mit dem stationären Vertrieb werde man inzwischen akzeptiert und bei den Veranstaltern hoch angesehen.

Fotos: Anna Katharina Rowedder (Leipzig/Neumünster), Take Off, PR, Illustration: iStockphoto



Quereinsteiger schlagen sich gut.
Besonders positive Erfahrungen hat Steinebach mit Touristik-Quereinsteigern gemacht, die in Kursen zu Reiseverkäufern umgeschult werden. Die Konkurrenz sieht solche Branchenfremden eher skeptisch. Laut Steinebach gehört aber manch einstiger Neuling inzwischen zur Liga der erfolgreichsten Verkäufer. Zur Qualitätssicherung in der Beratung setzt Amondo auf Schulungen und einen IHK-zertifizierten Lehrgang für mobile Reiseverkäufer, die ab 25 Euro Monatsbeitrag ein Lizenzpaket plus Internetauftritt erhalten.

„WER VOLLGAS GIBT, KANN ALS MOBILER BERATER MEHR VERDIENEN ALS IM REISEBÜRO“

Einzelkämpfer tun sich schwer.
Der Amondo-Chef erwartet weiteren Zulauf für die mobilen Kooperationen, nicht zuletzt wegen des „Irrsinns“ der Pauschalreiserichtlinie, mit der die Beraterhaftung verschärft werde. Auch Steinebach will seine Mitglieder zentral und kostengünstig über eine Versicherung vor Haftungs- und Insolvenzrisiken schützen. Einzelkämpfer haben es dagegen immer schwerer, ohne starke Gemeinschaft zu überleben. Für mobile Verkäufer sei es sinnvoller denn je, sich einer Kooperation anzuschließen, um von besseren Provisionen und günstigeren EDV-Kosten zu profitieren, rät Verbandschef Buder. Die mobilen Verkäufer bekommen zwischen 7,5 und 10 Prozent vom Umsatz jeder Buchung und damit weniger als Reisebüros. „Ich kann trotzdem gut von meinem Job leben“, sagt Sandra. „Wenn man Vollgas gibt, kann man als mobiler Berater auf jeden Fall mehr verdienen als im Reisebüro als Angestellte. Dort bekommt man vielleicht 30.000 Euro im Jahr brutto. Dafür muss ich ungefähr 400.000 Euro Umsatz machen. Das ist für gute Verkäufer zu schaffen. Man verdient also mehr und hat mehr Freiheiten – das klingt doch gut, oder?“



Online auf Kundenfang: Die Vernetzung im Internet wird für Reiseberater zum Erfolgsfaktor

REISEBERATUNG 2.0

Viele mobile Reiseverkäufer erkennen, dass digitale Technik und Vernetzung die Arbeit erleichtern

Je bedeutender das Online-Geschäft wird, desto mehr muss der mobile Vertrieb die digitalen Vorlieben der Kunden berücksichtigen. Auch Senioren sind zunehmend vernetzt und suchen sich ihre Wunschziele im Internet. Wer als Berater im Geschäft bleiben will, muss mithalten, zumal TLT Urlaubsreisen derzeit mächtig online aufrüstet.

Unter Reiseberatung.de hat die TUI-Tochter eine zentrale Plattform gestartet, auf der Reiselustige blitzschnell einen mobilen Fachmann aus ihrer Region finden können. Per Mail oder Telefon gibt's einen Zugang zur kostenlosen Liveberatung am Bildschirm: Hotelbilder, Preisvergleiche, Landkarten, Reiseverläufe – auf seinem PC oder Tablet kann der Kunde alles sehen, was der Berater ihm per Fernzugriff auf den Schirm holt.

„Wir gehen nun erstmals in die Direktvermarktung unserer Berater“, erläutert TLT-Chef Koch die Strategie dahinter. Damit wächst allerdings auch der interne Konkurrenzdruck. „Wer viele Reiseberichte auf die Seite stellt oder häufig für Live-Schaltungen bereit steht, wird höher gelistet und schneller gefunden“, sagt der Manager.

Derzeit lässt Koch eine Software erproben, die in Echtzeit jede Mausebewegung eines Kunden auf den Internetseiten analysiert. Wer den Cursor auch nur auf das Bild eines Reiseziels zubewegt, könnte künftig bereits die Einladung zur Live-Beratung bekommen: „Sie interessieren sich für Ecuador? Bitte klicken Sie hier zum Live-Chat mit Ihrem persönlichen Reise-Experten!“ ➔

➤
**VERTRIEB
MOBILER
VERKAUF**

Homeoffice statt Hausbesuch: Die meisten Buchungen laufen per Mail oder Telefon. Wenn es der Kunde wünscht, trifft man ihn allerdings persönlich

„WIR HABEN MIT KLINKENPUTZEN NICHTS ZU TUN“

Kurt Koch, Chef von TLT Urlaubsreisen, über Vorurteile und Wirklichkeit im mobilen Vertrieb

Mobiler Reisevertrieb – das klingt nach lästigem Vertreterbesuch und aufdringlichen Verkäufern. Eine Fehleinschätzung?

Ganz gewiss. Unsere mobilen Reiseberater arbeiten professionell und so gut wie die besten Reisebüros. Dafür steht schon die Dachmarke TUI. Wir könnten es uns nicht leisten, unseriös zu agieren wie früher Strukturvertriebe, die den Direktverkauf zeitweise in Verruf brachten. Mit Klinkenputzen und Drücker-Methoden hat die mobile Reiseberatung absolut nichts zu tun.

Auch in der Reisebranche galt der mobile Vertrieb mit seinen Quereinsteigern und Nebenberuflern lange als ungeliebtes Schmutzkind...

Diese Zeiten sind definitiv vorbei. Die mobile Beratung ist stark im Kommen. In den USA und Großbritannien nutzen schon viel mehr Kunden diese bequeme Möglichkeit, bei einem



KURT KOCH
Der 51-jährige Vertriebs-Experte absolvierte eine Kaufmannslehre bei der Deutschen Bank und profilierte sich dort als verantwortlicher Manager für das Business-TV, bevor er mit zwei eigenen Reisebüros in Speyer und Weinheim einen Neustart wagte. 2004 kam Koch zur TUI, wo er mit der Tochterfirma TLT Urlaubsreisen den mobilen Reisevertrieb aufbaute, zu der die Marken Take off, Holiday Profis und FERIA gehören. Bei Take Off haben die 450 Berater eine sehr enge Bindung an TUI. Die 150 Holiday Profis sind etwas markenferner und eher Quereinsteiger. Und bei FERIA arbeiten rund 100 ehemalige Reisebüroinhaber, die nun Kunden ohne Ladenlokal betreuen.

persönlichen Berater Reisen zu buchen. Auch in Deutschland kann sich nach einer aktuellen YouGov-Umfrage bereits jeder Dritte vorstellen, sich so bei der Urlaubsplanung helfen zu lassen.

Aber warum sollte der Kunde das tun, anstatt online zu buchen oder ins Reisebüro um die Ecke zu gehen?

Die mobilen Verkäufer bieten dieselbe Beratung wie der stationäre Vertrieb und Auswahl wie im Internet. Das Online-Angebot von Reisen ist doch unüberschaubar. Bis man das Richtige gefunden hat, kann es manchmal Tage dauern. Viele sind da völlig überfordert. Wer unseren Profis vertraut, kann ihre Expertise ganz ohne Mehrkosten nutzen. Und zwar wann und wo es gerade passt. Anders als im Reisebüro gibt es keine festen Öffnungszeiten, man erspart sich zeitraubende Fahrten, die Parkplatzsuche und Wartezeiten.

Wie oft kommen die mobilen Berater zu den Kunden ins Haus?

Das ist längst nicht mehr die Regel. Die meisten Beratungen laufen per Mail und Telefon. Immer häufiger aber wird auch über Facebook, Whatsapp und Instagram kommuniziert. Weniger als ein Zehntel der Buchungen wird noch bei Hausbesuchen festgemacht. Auf Wunsch treffen unsere Berater aber ihre Kunden gerne persönlich, daheim, im Büro oder Café.

Fotos: Jaroslaw Ceborski, Take Off, rawpixel.com, Illustration: iStockphoto



Wie sichern Sie die Beratungsqualität?

Ein wichtiger Punkt. Als wir starteten, gab es im TUI-Konzern schon die Sorge, dass die starke Marke beschädigt würde, wenn mobile Berater unprofessionell agieren. Wir achten streng darauf, dass nur fachkundige Mitarbeiter für uns unterwegs sind, die ständig weitergebildet werden. Wer für uns arbeiten möchte, muss eine Ausbildung zum Reiseverkehrskaufmann oder langjährige Tätigkeit im Reisebüro oder vergleichbare Kenntnissnachweisen können.

DER JAHRESUMSATZ PRO BERATER HAT SICH SEIT DEM START VERDREIFACHT

Wie viele mobile Berater sind für TUI in Deutschland unterwegs?

Insgesamt buchen mehr als 700 Berater über uns Reisen für ihre Kunden, Tendenz weiter steigend. Als wir 2005 starteten, war es nur eine Handvoll. In diesem Jahr peilen wir wieder ein zweistelliges Plus und erstmals mehr als 100 Millionen Euro Umsatz an.

Wie viele Berater können von dem Job leben?

Die meisten arbeiten nebenberuflich. Rund 90 Prozent sind Frauen, viele wollen Job und Familie verbinden. Der Jahresumsatz pro Berater

hat sich seit dem Start auf im Schnitt 140.000 Euro verdreifacht, damit liegen unsere mobilen Partner in der Branche weit an der Spitze. Rund 1.400 Topverkäufer bringen es auf mehr als 400.000 Euro, einige sogar auf mehr als eine Million. Das sind starke Leistungen. Anders als im Reisebüro gib es ja keine Laufkundschaft, hinter jedem Euro Umsatz steckt harte Arbeit.

Wie ist das Verhältnis zum stationären Vertrieb?

Natürlich hat kein Reisebüro gejubelt, als wir mobile Berater in ihrer Region installiert haben. Gerade zu Anfang gab es auch im Konzern harte Debatten. Denn die Marke TUI ist gerade durch ihre lokalen Partner so stark geworden. Der mobile Vertrieb stärkt aber diese Stellung, es ist keine direkte Konkurrenz. Wir sprechen andere Kundenbedürfnisse an. Kurz: Wir legen großen Wert auf friedliche Koexistenz.

Wie sieht denn der typische Kunde mobiler Berater aus?

Ob jung oder alt, generell sind es Menschen, die eine sehr individuelle und flexible Beratung wünschen, auch mal abends oder am Wochenende. Oft gibt es einen recht engen Kontakt zum Berater, nicht selten über viele Jahre und auch über größere Distanzen hinweg. Viele sind Stammkunden, die immer wieder kommen. Dann reicht oft ein Anruf, und der nächste Urlaub ist schon so gut wie gebucht. ➔

AMONDO macht es seinen Vertragspartnern leicht

AMONDO ist ganz darauf ausgerichtet, seinen Vertragspartnern den Rücken freizuhalten, damit sie sich voll und ganz auf den Vertrieb konzentrieren können:

PC/Laptop und Internetzugang sind eigentlich schon die einzigen Grundvoraussetzungen um den Beruf auszuführen. Dazu ein Systempaket je nach Bedarf. Die notwendigen Investitionen sind also äußerst gering.

Ein Ladenlokal mit Katalogwand ist nicht notwendig. Eine Überlegung für kleinere Reisebüros, nur noch auf Terminbasis aus dem Homeoffice zu arbeiten.

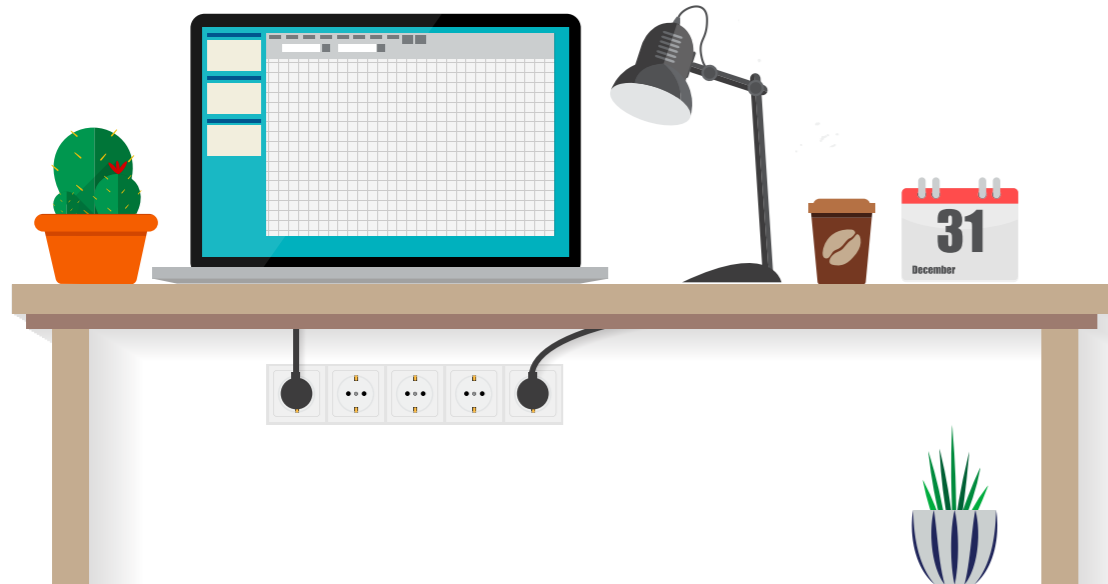
In Hinblick auf die kommende Pauschalreiserichtlinie werden die AMONDO Reiseberater komplett entlastet: Rechnungsstellung erfolgt in der Zentrale gemäß der Bestimmungen, notwendige Versicherungen und Formulare werden zur Verfügung gestellt.

Somit auch hier kein zusätzliches Invest in hohe Versicherungspolicen und kein „Formularkrieg“. Dem Berater wird die Angst genommen in der Abwicklung Fehler zu machen.

Im Gegensatz zu manch einem Mitbewerber betreibt AMONDO keinen Direktvertrieb – die Kunden bleiben Kunden der Berater!

Erfolgreiche Berater erhalten auf Wunsch Provisionen bereits bei Buchung – so lässt sich gut wirtschaften und die Umsatzkurve kennt nur noch einen Weg: nach oben!

Mehr Information unter:
amondo.info
Tel.: 0228 96 45 03 05



Vor allem Müttern bietet der mobile Verkauf die Chance, Job und Kind unter einen Hut zu bringen

Fotos: Gruizza/Getty Images, Illustration: iStockphoto

DIE QUAL DER WAHL

Es gibt am Markt eine ganze Reihe von Anbietern, denen sich freie Reiseberater anschließen können. Einige davon sind unabhängig, andere gehören zu Konzernen. Die Zentralen liefern Technik und das Sortiment mit Agenturverträgen mit Veranstaltern, unterstützen die Reiseberater beim Marketing, dem Online-Auftritt und schulen sie. Dafür berechnen sie eine Lizenzgebühr oder behalten einen Teil der Provision für ihre Leistungen. Einstiegshürden gibt es kaum, Quereinsteiger sind willkommen. Die wichtigsten Player:

Amondo

Seit 2003 aktiv, mehr als 1.000 mobile Reiseberater, veranstalterunabhängig.
Amondo.de

Prima Urlaub

Gehört zur RTK-Reisebürokooperation, entsprechend erhöhte Grundprovisionen und Boni.
Primaurlaub.de

Pro Mobil

Marke von Protours, die Teil des DER Touristik Partner-Services ist. Gegründet 2002. Mein-mobiles-Reisebuero.de

Solamento

2005 gegründet, rund 300 Reiseverkäufer, veranstalterunabhängig. Reisevermittlerin.de

Travel Net

Seit 1997 am Markt, seit 2003 Tochter von Thomas Cook. Vor allem nebenberufliche Berater, rund 1.000 Mitglieder. Travelnet-partner.de

TLT Urlaubsreisen

TUI-Tochter mit drei Marken für mobile Verkäufer: Take Off gibt sich als Tui-Tochter erkennbar und soll Vertrauen bei Kunden wecken. Die Holiday-Profis agieren unabhängig vom Veranstalter. FERIA ist für Inhaber gedacht, die ihr stationäres Reisebüro aufgegeben haben. Reiseberatung-der-zukunft.de



REISEBERATUNG DER ZUKUNFT

**Mehr Unterstützung.
Mehr Freiheit.
Mehr Erfolg.**

Starten Sie Ihr eigenes Homeoffice-Reisebüro und werden Sie Teil einer großartigen Gemeinschaft von bereits über 600 Persönlichen Reiseberatern.

TAKE OFF

holiday profis

