

Mobile Reiseverkäufer sehen stationären Vertrieb kritisch

Wer als selbstständiger Reiseberater arbeitet, ist mit dieser Berufswahl sehr zufrieden. Das ergibt eine Befragung, die der VSRD-Vorsitzende Steffen Buder angestoßen hatte. Die Erhebung förderte Erstaunliches zu Tage.



*Der VSRD-Vorsitzende Steffen Buder hat mobile Reiseverkäufer zu ihren Sichtweisen auf ihren Beruf gefragt. Ein Ergebnis: Rund 40 Prozent machen zwischen 300.000 und 400.000 Euro vermittelten Reiseumsatz pro Jahr.
Foto: VSRD*

Auf die Frage, ob sie jemals wieder ein Ladenlokal mit festen Öffnungszeiten betreiben oder als Angestellter dort arbeiten würden, antworteten 85 Prozent der mobilen Berater mit „Nein“. Die Umfrage erfolgte online und anonym. 85 Teilnehmer beteiligten sich an ihr. Insgesamt hat der VSRD – Verband der Selbständigen Reiseberater Deutschlands – rund 100 Mitglieder. Buder schätzt, dass es in Deutschland rund 3000 bis 4000 mobile Reiseverkäufer gibt.

Home Office liegt bei den professionell arbeitenden selbstständigen Reiseberatern laut der Umfrage demnach voll im Trend. Der Großteil aller Befragten (88 Prozent) arbeitet von zu Hause aus. Nur zwölf Prozent leisten sich ein externes Büro. Mehr als 70 Prozent aller Befragten ohne Ladenlokal sind gemessen an ihren geringen Fixkosten zufrieden mit der Höhe der Provisionen.

Weitere Ergebnisse der Umfrage: Rund 30 Prozent aller Befragten gaben durchschnittliche Arbeitszeiten von 20 bis 40 Stunden pro Woche an. Etwas mehr als 20 Prozent investieren durchschnittlich sogar mehr als 40 Stunden pro Woche für die Reiseberatung. 64 Prozent betreiben den mobilen Reiseverkauf hauptberuflich und 37 Prozent nebenberuflich. Neben der Beratung per Telefon und E-Mail erfolgt bei immerhin 78 Prozent der Teilnehmer die Reiseberatung ihrer Kunden auch in deren Zuhause. Allerdings ist der Anteil dieser Art der

persönlichen Beratung sehr gering, denn bei lediglich vier der Befragten Teilnehmer macht dieser etwa die Hälfte aus, alle anderen gaben etwa 10 bis 15 Prozent an.

Rund 40 Prozent aller Mitglieder machen zwischen 300.000 Euro und 500.000 Euro Umsatz pro Jahr oder mehr. Dabei erhalten 60 Prozent acht oder mehr Prozent Provision aus vermittelten Reisen. Mit weniger als zehn Prozent organisiert ein nur geringer Anteil der selbstständigen Reiseberater selbst Eigenveranstaltungen.

Eigene Website ist „out“

Lediglich 16 Prozent aller professionell arbeitenden selbstständigen Reiseberater haben eine eigene Website, drei Viertel der Befragten nutzen die Website-Angebote der Kooperationen, und nur neun Prozent aller Berater haben gar keine Website.

Der persönliche Kontakt spielt bei der Gewinnung neuer Kunden eine entscheidende Rolle. So generiert ein erstaunlich hoher Anteil der Befragten (98 Prozent) Neukunden durch Weiterempfehlungen von Bestandskunden. Je 39 Prozent akquirieren neue Kunden über aktive Vereinsarbeit in der Region oder den Online-Auftritt. 35 Prozent gewinnen neue Kunden über Werbemittel wie Anzeigen oder Flyer und etwas mehr als ein Viertel aller Befragten kann auf Messen und öffentlichen Veranstaltungen neue Kunden hinzugewinnen. Mit rund 90 Prozent ist der Stammkunden-Anteil bei den mobilen Beratern relativ hoch.

60 Prozent der Befragten präsentieren sich als Spezialist für bestimmte Reisetemen oder eine bestimmte Destination. Dazu gehören die Bereiche Kreuzfahrten (78 Prozent), Exklusive Reisen und Individuelle Reisen (je 44 Prozent), Abenteuer- und Erlebnisreisen (37 Prozent), Familienurlaub (37 Prozent), Ferienhaus-Urlaub sowie Wellness- und Gesundheitsreisen (je 22 Prozent), Kultur- und Bildungsreisen sowie Sportreisen (je 19 Prozent), Alleinreisende (11 Prozent) und Winterurlaub (7 Prozent).

Fast alle VSRD-Mitglieder gehören einer Vertriebsorganisation für mobile Reisesysteme wie Amondo, Prima Urlaub, Pro Mobil/Pro Tours, RTK, Schmetterling, Solamento, TravelNet oder TSS an. Mehrheitlich sind die befragten Reiseberater TLT Urlaubsreisen mit den Marken Take Off, Holiday Profis und Feria angeschlossen.

„Viele Ergebnisse bestätigen den Alltag der mobilen Reiseverkäufer, der von großer Beratungsqualität, hoher Stammkundschaft, sehr persönlichen Kontakten und einer intensiven Kundenpflege bestimmt ist“, sagte Steffen Buder, Vorsitzender des VSRD zu den Ergebnissen der Befragung. „Auch bestätigt sich der Trend weg vom stationären Ladenlokal, das man einfach nicht mehr braucht. Was wirklich zählt, sind Spezialisierung und Fachwissen. Nur so können wir uns von der Masse abheben.“ (GK)