

Mobile Reiseverkäufer wollen nie mehr ins Büro

Der Verband der Selbständigen Reiseberater Deutschlands (VSRD) hat eine Umfrage unter seinen Mitgliedern durchgeführt, an der 85 Reiseverkäufer teilnahmen. Mit dem Ergebnis rührt die Lobbyorganisation nun kräftig die Werbetrommel. Denn auf die Frage, ob sie jemals wieder ein Ladenlokal mit festen Öffnungszeiten betreiben oder als Angestellter dort arbeiten würden, hätten 85 Prozent der mobilen Berater mit "Nein" geantwortet, teilt der Verband mit.

Home-Office. Neben der offenbar großen Zufriedenheit mit ihrem aktuellen Status gibt die Umfrage auch Aufschluss über die Arbeitsweise der "Mobilen". Home-Office liegt voll im Trend. 88 Prozent der Verkäufer arbeiten von zu Hause aus. Nur zwölf Prozent der Befragten leisten sich ein externes Büro. Mehr als 70 Prozent der mobilen Reiseberater ohne Ladenlokal sind laut VSRD gemessen an ihren geringen Fixkosten zufrieden mit der Höhe ihrer Provisionen. Knapp 30 Prozent geben durchschnittliche Arbeitszeiten von 20 bis 40 Stunden pro Woche an. Etwas mehr als 20 Prozent investieren durchschnittlich mehr als 40 Stunden pro Woche für die Reiseberatung. 63 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 jedem 20. der befragten Teilnehmer macht dieser etwa die Hälfte aus, alle anderen gaben einen Anteil zwischen zehn und 15 Prozent an.

Akzeptable Provision. Bei 63 Prozent aller Befragten ist der prozentuale Umsatzanteil aus eigenen Agenturverträgen geringer als zehn Prozent. Der deutlich größere Anteil wird also über die mobilen Reisesysteme generiert, denen sich die Verkäufer angeschlossen haben. Rund 40 Prozent der Reiseprofis generieren zwischen 300.000 Euro und 500.000 Euro Umsatz pro Jahr oder mehr. Dabei erhält eine Mehrheit von 60 Prozent mindestens acht Prozent Provision aus vermittelten Reisen. Nur ein geringer Teil der selbständigen Reiseberater verdient sein Geld auch mit Eigenveranstaltungen.

Direkter Draht. Der persönliche Kontakt spielt bei der Gewinnung neuer Kunden eine entscheidende Rolle. So gewinnen fast alle Befragten Neukunden durch Weiterempfehlungen von Bestandskunden. Jeweils 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 durch die Teilnahme an Messen und öffentlichen Veranstaltungen. Lediglich 16 Prozent der mobilen Verkäufer haben eine eigene Webseite. Drei Viertel der Befragten nutzen die Website-Angebote der Kooperationen, neun Prozent kommen ganz ohne Website aus.

Spezialisierung. 60 Prozent mobilen Verkäufer präsentieren sich als Spezialisten für bestimmte Reisetemen oder eine bestimmte Destination. Dazu gehören die Bereiche Kreuzfahrten (78 Prozent), exklusive 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), Urlaub für Alleinreisende (11 Prozent) und Winterurlaub (7 Prozent). Weiterbildung steht bei den selbständigen Reiseberatern dementsprechend hoch im Kurs: 87 Prozent nutzen Online-Angebote wie Webinare, 84 Prozent lesen die touristischen Fachzeitschriften (85 Prozent Print, 58 Prozent Online), 80 Prozent nehmen an den Jahrestagungen der Vertriebsorganisation teil, 64 Prozent informieren sich auf Roadshows oder bei Stammtischen über Wissenswertes und neue Trends, und 60 Prozent vertiefen ihr touristisches Know-how und ihre Destinationskenntnisse auf Inforeisen.

Zum VSRD: Im Verband der Selbständigen Reiseberater Deutschlands, den es seit 2006 gibt, sind Berater aus verschiedenen Zusammenschlüssen organisiert – von veranstalternahen Kooperationen wie TUI Take Off bis zu unabhängigen wie Amondo, Protours, Reisemarkt Freising, Schmetterling, Solamento und anderen.

<http://reisevor9.de/mobile-reiseverkaeufer-wollen-nie-mehr-ins-buero>

23.05.2018