

„Werden Sie Reiseveranstalter!“

Uli Gerstmeier und Luis Lintner, geschäftsführende Gesellschafter von Appina Travel in Gauting bei München, erläutern wie sie die Zukunft der Bustouristik sehen.

busFORUM: Wie beurteilen Sie die Zukunft der Bustouristik?

Uli Gerstmeier: Für die klassische Busreise sehe ich in Zukunft schwarz. Die herkömmlichen Busreisenden sterben aus – das sagt uns jeder Busunternehmer. Und es kommen keine „Jungen“ mehr nach.

Aber woran liegt das?

Luis Lintner: Ganz einfach: Die Reisebedürfnisse wandeln sich, doch das Image der Busreise bleibt unverändert.

Was kann da der Busunternehmer machen?

Uli Gerstmeier: Zunächst muss sich der Busunternehmer als Reiseveranstalter verstehen. Er soll Reiseerlebnisse verkaufen – er soll Reisen gestalten, die neu und interessant sind. Der Bus darf dabei nur Mittel zum Zweck sein, genau so wie das Hotel. Eine einseitige Betonung des Verkehrsmittels wäre falsch. Denn die Kunden fahren in erster Linie nicht wegen des Busses nach Rom, sondern weil sie sich von der Romreise etwas versprechen. Dazu gehören – neben den Erlebnissen in der Stadt – das Essen, der Reiseleiter, das Hotel und eben das Transportmittel. Wichtig ist, dass die Reise einen Spannungsbogen aufweist und in sich stimmig ist.

Luis Lintner: Der Reisende von heute will ein Zielgebiet mit allen Sinnen erfahren! Wir sprechen also nicht von einer Busreise, sondern von einer Gruppenreise oder – noch besser – „nur“ von einer Reise. Viele Reiseerlebnisse sind überhaupt nur in einer Gruppe möglich – diese Stärke muss herausgearbeitet

werden. Dann ist mir vor der Zukunft nicht bange!

Wie stehen Sie Busreiseveranstaltern bei der Bewältigung dieser Herausforderungen bei?

Uli Gerstmeier: Indem wir sie mit neuen Reiseideen füttern und Werbematerial an die Hand geben, die der Reiseveranstalter an die entsprechenden Zielgruppen verteilen kann. So haben wir Prospekte gedruckt, ohne dass wir darin erwähnt werden – die der Unternehmer als „seine“ Prospekt-Ideen an die Endkunden weitergeben kann. Die Verkaufshilfen sind übrigens zielgruppenspezifisch aufgebaut. Beispielsweise bieten wir einen Katalog für Schülerreisen und Klassenfahrten, einen für Sportvereine sowie einen für Chöre und einen für Vereinsreisen im Allgemeinen an.

Luis Lintner: Außerdem geben wir den Unternehmern Tipps, wie sie neue Zielgruppen ansprechen können und stehen ihnen jederzeit mit Rat und Tat zu Seite!

Welche Großveranstaltungen und Themenjahre eignen sich im kommenden Jahr besonders gut für eine Vermarktung an Gruppen?



„Es kommen keine ‚Jungen‘ mehr nach.“

Luis Lintner, Appina Travel

Uli Gerstmeier: Wir propagieren Großveranstaltungen per se nicht als „Aufhänger“ von Reisen, sondern nutzen diese vielmehr als integralen Bestandteil einer Reise. Was Themenreisen betrifft, so sind diese unsere Stärke. Gemeinsam mit den Busunternehmern, unseren Kunden, erarbeiten wir individuelle und maßgeschneiderte Programme für Sport-, Musik- oder Literaturgruppen. Kunst und Geschichte sind ebenfalls oft Inhalte einer Reise, ebenso wie Kulinarik, Gärten oder religiöse Reisen.

„Der Busunternehmer muss sich als Reiseveranstalter verstehen.“

Uli Gerstmeier, Appina Travel

Die Bustouristik ist ein Face-to-Face-Geschäft: Auf welchen Messen und Workshops ist Appina Travel im Jahr 2009 mit einem eigenen Stand vertreten?

Luis Lintner: Wie immer ist der zentrale Workshop des Jahres jener des RDA e.V. in Köln. Keine andere Veranstaltung bietet uns die Möglichkeit, in so kurzer Zeit so viele Kunden zu sprechen. Seit wir Mitglied im VPR sind, nutzen wir auch dessen Workshops, um Busunternehmer von unseren Produkten zu überzeugen.

Daneben sind Besuche bei unseren Kunden ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Marketingmaßnahmen. Bei solchen Gesprächen erfahren wir am meisten über die Bedürfnisse der Busunternehmer.

