

Fragen aus dem Publikum:

Ich sehe im Luxus Segment der Hotellerie die Herausforderung, dass bei Busreiseveranstaltern teilweise das Budget der Gäste begrenzt ist, sodass die höherpreisigen Hotels nicht infrage kommen. Wie kann hier optimal mit einem Hotel zusammengearbeitet werden?

Matthias Reimer:

Es gibt nicht „den“ Busreisegast, der immer zwingend auf den niedrigsten Preis pocht. Unsere Kunden sind bereit, für guten Service auch gute Preise zu zahlen. Daher kommen auch für Busreiseveranstalter höherpreisige Hotels in Frage. Dies auch nicht nur bei Katalogreisen, sondern auch und insbesondere bei Busanmietungen von Firmen, Vereinen etc.

Marco Schuy:

Es gibt in der Tat eine Reihe von Veranstaltern, die gerne das Luxus Segment bedienen und auch die Kunden dafür haben. Gerade auf der Messe des RDA findet man diese Unternehmen und bekommt im persönlichen Gespräch heraus, wie sich eine Zusammenarbeit gestalten lässt.

Rudolf Schatz:

Also ich arbeite gelegentlich mit zwei Hotels, eines im „normalen“ Preissegment und eines gehobener. Die Buchungen haben sich aufgeteilt, die Fahrt konnte also insgesamt durchgeführt werden, auch wenn natürlich der Freiplatz für den Busfahrer hier nicht möglich war, weil eben in keinem Haus mehr als 20 Gäste waren. Aber es gab danach keine Reklamationen mehr zum „einfacheren“ Hotel, weil alle verstanden haben, warum die anderen mehr bezahlt haben.

Werden die Radreisen unterschieden nach Radsegmenten?

Wer sind die Zielgruppen für die angebotenen Radreisen?

Matthias Reimer:

Die Zielgruppe bei Radreisen ist wie auch bei den übrigen Reisen immer mehr gefächert, auch hier gibt es nicht mehr „DEN“ typischen Kunden. Was mit Radsegmenten jetzt gemeint ist, erschließt sich mir nicht so ganz.

Marco Schuy:

Wir bieten fertige Reisen an zu Zielen in ganz Europa. Der Kunde bucht z.B. seinen Donau-Radweg der eine Alpen Adria Tour und erhält vom Transport, Hotel(s) und die persönlich von uns geführte Rad Tour.

Aktuell haben wir zu 100% E-Bike Kunden, die ihr eigenes Fahrrad mitbringen, welches dann in unseren speziellen Radanhänger transportiert wird.

Die Zielgruppe sind Paare, Alleinreisende und Grüppchen im Alter von +/- 50 bis über 80.

Rudolf Schatz:

Benninghoff hat nur ein sehr kleines Programm an Radreisen, wir machen aber nur noch ausgesprochene E-Bike-Reisen, weil es die Gruppe sehr behindert, wenn ein Teilnehmer oder der Guide „nur“ ein normales Fahrrad haben, aber der Rest mit E-Bikes unterwegs ist.

Herr Reimer, ich bin „eine solche“ Sales Repräsentantin und würde mich über einen direkten Austausch freuen :-)

Matthias Reimer:

Gerne, das können wir jederzeit machen. Einfach eine kurze E-Mail an reimer@hoeffmann.de senden.

Die Reiseveranstalter im FIT Bereich reduzieren auch Kataloge seit Jahren und sind mit Magalog und der Webseite unterwegs- vielleicht muss einer damit anfangen?

Matthias Reimer:

Das kann natürlich der Fall sein. Momentan ist es auch bei uns so, dass nach jedem Katalogversand die Kataloganforderungen von interessierten Kunden weit höher sind als die Abbestellung des gedruckten Kataloges.

Marco Schuy:

Wir sind auch über Websites, Apps, Buchungsplattformen und über 300 Reisebüros buchbar. Letztendlich entscheidet der Endkunde.

Rudolf Schatz:

Also ich sehe den Katalog in den nächsten Jahren noch, aber vielleicht führen wir eine „Schutzgebühr“ ein, also einen Preis der bei einer entsprechenden Buchung wieder gutgeschrieben wird?!

Wie wichtig ist den Veranstaltern die Zuarbeit in der Region?

Matthias Reimer:

Zuarbeit in Form von Programmideen und zentralen Buchungsmöglichkeiten für Programmpunkte in den Zielregionen sind natürlich immer höchst willkommen und notwendig

Marco Schuy:

Wenn mit Zuarbeit gemeint ist, dass Programmvorschläge, Kontakte und/oder Ansprechpartner aus der Zieldestination sich direkt mit uns in Verbindung setzen, dann ist das für uns zumindest eine willkommene Aufwertung, da wir direkt mit dem Ansprechpartner in Kontakt kommen und so auch erfahren, was vor Ort unternommen werden kann.