



**„Der Reisebürokunde 50+:
Anforderungen an das Reisebüro in den nächsten Jahren“**

**Prof. Dr. Christoph von Haehling
Willy Scharnow-Institut für Tourismus, Freie Universität Berlin**

Gegenstand des vom Willy Scharnow-Institut für Tourismus der Freien Universität Berlin durchgeführten Projektes sind die Gewohnheiten und Bedürfnisse der Reisenden ab 50 Jahren („50+“) sowie die sich daraus ergebenden Anforderungen an das Reisebüro der Zukunft. Im Rahmen einer empirischen Analyse wurden die Art und Intensität der Informationsbeschaffung und die Buchungsgewohnheiten des privaten Reiseverhaltens der Altersgruppe „50+“ durchgeführt. Auf Basis dieser Ergebnisse wurden dann Implikationen für die Reisebüros abgeleitet. Eine erste Präsentation der Studie findet auf der diesjährigen Tagung des Deutschen Reisebüro- und Reiseveranstalterverbands (DRV) vom 25. bis 28. November 2004 statt.

Den Ergebnissen der empirischen Untersuchung zufolge haben fast 80 % der Altersgruppe „50+“ Erfahrungen mit Reisebüros und 50% haben in den letzten zwei Jahren ein Reisebüro zur Informations- und / oder Buchungszwecken aufgesucht. Das wichtigste Ergebnis ist jedoch, dass fast alle derjenigen, die sich im Reisebüro informiert haben, auch dort ihre Reisebuchung getätigt haben: In der Tat erreicht die sog. „Booking to Looking Ratio“ für Reisebüros bei dieser Altersgruppe den erstaunlichen Wert von 86,6 %.

30,6 % der Befragten haben sich bei ihrer *letzten* Reise im Reisebüro informiert und beraten lassen, was das Reisebüro zur Informationsquelle Nr. 1 macht. Hingegen nutzen nur 17,8 % das Internet. Bei einer genaueren Analyse lassen sich in der großen Altersgruppe „50+“

jedoch deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Altersklassen feststellen. So werden die Informationsquellen Reisebüro und Internet von den 50-59jährigen überdurchschnittlich stark genutzt (32,2 % und 27,5 %), wohingegen bereits in der Gruppe der 60-69jährigen der Anteil der Internetnutzer sehr stark zurückgeht (auf 11,3%) bzw. bei den über-70jährigen sogar auf nur 2,3 % fällt.

Diese Ergebnisse wurden mit dem tatsächlichen Buchungsverhalten kontrastiert. Hierbei ergab sich, dass 35,2 % der Befragten ihre *letzte* Reise im Reisebüro gebucht haben, was im Direktvergleich mit der Internetbuchung (9,5 %) fast 4-fach so hoch ist. In der Tat ist im Internet eine sehr viel niedrigere Loyalität zu beobachten: Nur 43,6 % der Informationssuchenden haben auch tatsächlich ihre Buchung dort vorgenommen.

Der Schlüssel zum Erfolg für Reisebüros ist daher, die Reisenden so zu motivieren, dass sie sich im Reisebüro informieren und beraten lassen. Der Untersuchung zufolge sind die wichtigsten Anforderungen der Kunden an Reisebüros: Verlässlichkeit der Informationen und die Qualität der Beratung sowie ein gutes Preis-Leistungsverhältnis. Unter Qualität verstehen die Kunden vor allem fachkompetente sowie individuelle und persönliche Beratung, eine freundliche Gesprächsatmosphäre und ausreichend Zeit. Eine „Geiz ist geil – Mentalität“ ist bei der Altersgruppe „50+“ offenbar nicht vorzufinden: Für 74,4 % der Befragten steht eindeutig die Qualität im Vordergrund.

Einen überragenden Stellenwert bezüglich des Verhältnisses von Reisebüros zu ihren Kunden nehmen die Nachbetreuung und die Kundenbindung ein. Ein fester Ansprechpartner sowie die Einführung eines Treue – Bonus – Systems sind existenziell.

Die Studie des Willy Scharnow-Instituts für Tourismus enthält eine Reihe interessanter Erkenntnisse und Anregungen für die Reisebürobranche, denn reiselustig sind die über 50jährigen allemal: 91,3 % der Befragten gaben an, in den nächsten drei Jahren eine größere Urlaubsreise zu planen, von denen fast 50 % diese im Reisebüro buchen wollen. Dieses immense Potenzial sollte die Reisebürobranche zukünftig noch stärker nutzen.

Berlin, 15.11.2004