



BUDAPEST2008

DRV Jahrestagung und
Deutscher Reisebürotag

Deutschland verkaufen

Moderation: Martin Katz, Ameropa Reisen

Vorsitzender des DRV-Ausschuss Deutschlandtourismus

Ausgangslage

Deutschlandurlaub schon heute mit Abstand Marktführer“!

- Fast jeder 3. Urlauber (ab 5 Tagen) bleibt in Deutschland (31,4 % lt. RA 2008)
- zum Vergleich: gesamtes europäische Ausland: 26,3 %
- Inkl. Kurzreisen ab 1 Übern. sind es 74 % = 220,8 Mio. (Quelle DZT)

Fazit: Ein gigantischer Markt !

Deutschlandurlaub hat glänzende Zukunftsperspektiven!

- Demografische Entwicklung
- Klimawandel und wachsendes Umweltbewusstsein
- Die 3 S: Sicherheit – Sauberkeit - Service
- einfache und preiswerte Erreichbarkeit
- keine sprachliche / kulturelle Barrieren
- enorme Themenvielfalt (Kultur, Aktiv, Genuss, Erlebnis, Erholung, Natur etc.)
- „die touristische Weltkarte ist abgereist“
- Qualität und sehr guten Preis-Leistungsverhältnis

Ausgangslage

Touristische Anbieter haben die Chancen erkannt!

Reiseveranstalter haben ein breites Produktportfolio:

- über 5000 Deutschlandkatalogseiten (allein TUI 1200, Dertour 500, Ameropa 900)
- alle großen und kleinen Themen werden besetzt: (Städte, Kultur, Wellness, Sport)
- Traditionell schon lange Pauschal- und Bausteinreiseangebote über alle Systeme

Touristische Hotelketten investieren in Deutschland:

- Land Fleesensee als Beispiel einer neuen „Resortpolitik“
- Invest-Beispiele: Boltenhagen, Interconti Berchtesgaden, Iberostar, Hohe Düne

Ausgeprägte mittelständische (gefragte) Anbieterstruktur in Hotel und Gastronomie !

Ausgangslage

**Aber: Deutschlandurlaub geht weitgehend
am Reisebüro vorbei!**

Es werden (Umsatz-) Chancen vertan!

Fragestellung und Thesen

Warum führt Deutschlandurlaub „Mauerblümchen-Dasein“ im Reisebüro?

Thesen (zugegeben provokant):

- **Mangelnde Präsenz gegenüber dem Kunden**
- **Fehlende Kompetenz am Counter**
- **Keine strategische Bedeutung für die Chefs**

Fazit

Was ist zu tun ???