

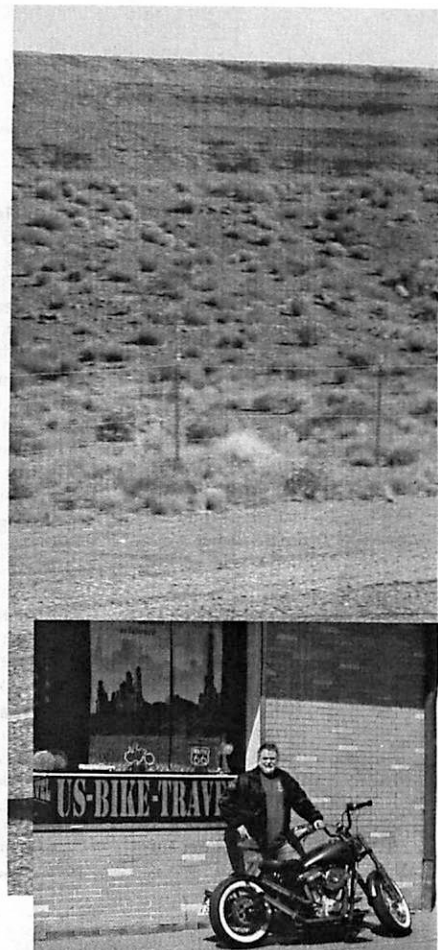
Wir geben Gas in der Nische

REISEBÜROS » Wer sich spezialisiert, hebt sich ab, garantiert optimale Beratung und hat weniger Konkurrenz. In TravelTalk verraten drei Reisebüros, wie sie in ihrer Nische Erfolg haben.

Wer sich auf ein bestimmtes Reisetema konzentriert, dem trauen Kunden umfangreiches Wissen und viel Erfahrung zu – er wirkt glaubwürdiger. Der erste Erfolgsfaktor. Ein weiterer Vorteil der Nische: Bietet jemand etwa Surf-Reisen an, vermittelt das gleichzeitig auch eine bestimmte Lebenseinstellung. Kunden können sich daher **gut mit dem Büro identifizieren**. Spezialisierte Reiseagenturen bleiben beim Urlauber nicht nur länger im Gedächtnis, sondern können gezielter auf potenzielle Kunden zugehen und auf sich aufmerksam machen. Ein

angenehmer Nebeneffekt: Die Arbeit wird oft auch produktiver, da bei einer Spezialisierung die Gefahr geringer ist, sich zu verzetteln. Das schafft Sicherheit und lässt Counter-Profis auch bei Kunden souveräner auftreten.

Wer sich eine Nische sucht, kann sich auf ein **Lieblingsthema oder auch ein Hobby fokussieren** (siehe Beispiele). Man muss sich ja nicht gleich nur auf ein Reisetema beschränken. Mit welcher Spezialisierung können Sie sich von anderen Büros im Ort abheben? Machen Sie dazu doch mal ein Brainstorming mit dem ganzen Team. «PIA



Georgios Kefalas weiß, was er verkauft: Der begeisterte Biker fährt alle Routen in den USA vorher ab.



Persönliche Kundenbetreuung: Uta Hetze (Zweite von rechts) mit einer Reisegruppe auf Djerba.



» BEHINDERTEN-REISEN

„Ich bin für meine Kunden mobil“

» **Die Idee:** Immer wieder wurde die Reiseverkäuferin Uta Hetze (Foto) von Freunden, die im Rollstuhl sitzen, nach passenden Reisen gefragt. Irgendwann war ihr klar: Das mach ich zur Geschäftsidee! Plötzlich fügte sich alles zusammen: „Schon während meines Touristik-Studiums habe ich als **Nachtwache im Klinikum** gearbeitet und dort viel mit Rollstuhlfahrern und Dialysepatienten zu tun gehabt“, erzählt sie. Auch als Volontärin betreute sie Behinderten-Reisen und eignete sich hilfreiche Kenntnisse an. Denn um eine fundierte Beratung zu gewährleisten, muss man sich mit den Bedürfnissen und Anforderungen Behinderter auskennen.

» **Die Arbeit:** „Man muss an Sachen denken, auf die man so erst mal gar nicht kommt“, sagt Uta Hetze. Zum Beispiel die Abwicklung am Flughafen: Der Rollstuhl muss ab- und später wieder aufgebaut werden. Für den Flug braucht man einen Ersatzrollstuhl. Wie viele Rollstuhlfahrer

dürfen aus Sicherheitsgründen pro Flug mit, wo sitzen sie? Das muss man alles vorher bei den Fluglinien klären. Und natürlich müssen die Hotels barrierefrei sein. Das ist **viel Rechercheaufwand**, trotzdem lohnt sich die Spezialisierung.

» **Der Erfolg:** „Es gibt wenig Konkurrenz, weil viel schiefehen kann, wenn man sich mit dieser Zielgruppe nicht gut auskennt“, meint Uta Hetze. Das verschafft ihr sogar bundesweit Kunden, die sie per Telefon berät. Meist aber trifft sie sich mit den Kunden persönlich – dort, wo diese es wünschen. Das hat ihr schon viele Stammkunden beschert: „Viel läuft **über Mundpropaganda**“, sagt die Spezialistin. Aber sie legt auch Flyer in Geschäften und Restaurants aus und inseriert in der örtlichen Zeitung.

» **Ihr Tipp:** „Die **eigene Biografie** gibt einem oft eine eindeutige Richtung vor. Gucken Sie bei sich: Wo kenne ich mich besonders gut aus, wo habe ich schon viele Erfahrungen gesammelt?“



» BIKER-REISEN

„Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht“

» **Die Idee:** „Seit jeher war das mein größter Traum – mit einer Harley Davidson zum Monument Valley in Amerika fahren“, erinnert sich Georgios Kefalas (Foto) vom Reisebüro TUI Travel Star Relax Reisen in Röttenbach. Doch als er dort dann wirklich stand, hatte er erst recht Blut geleckt. Zurück in Deutschland, machte er 1992 sein Hobby zum Beruf und gründete sein Biker-Reisebüro. Bis heute ist er Amerika treu geblieben und bietet Reisen durch den Süden und Nordwesten an, Arizona, Route 66, Kanada, Seattle – er war schon überall. „Jede Route fahre ich vorher persönlich ab, damit alles reibungslos verläuft. Da ich auch alle Reisen begleite, bin ich praktisch die Hälfte des Jahres auf dem Bike in Amerika unterwegs“, erzählt Kefalas. Anfangs lief die Werbung für die Touren nur über Empfehlung und bei Motorradtreffen.

» **Die Arbeit:** Gebucht werden kann im Reisebüro, aber auch online. „Das wird oft von ganz anderen Leuten genutzt, als man erst mal denkt. Einige

wollen so zum Beispiel ihre Silberhochzeit feiern. Die Kinder sind aus dem Haus, und dann wollen sie noch mal was erleben“, erklärt der Inhaber. Vor Ort wird dann für jeden die passende Maschine ausgesucht, dazu gibt's Tipps, welche Kleidung man braucht. Natürlich feilt Kefalas immer an neuen Konzepten, sehr gut kam zum Beispiel das Reiseprojekt „Mit 66 auf der Route 66“ an.

» **Der Erfolg:** Heute ist Georgios Kefalas auch bei Messen dabei. Im Fernsehen sah man ihn auch schon bei „Lebe deinen Traum“. Auf seinen Erfolg ist er stolz, aber **der Weg dahin war kein leichter:** „Man investiert seine ganze Kraft. Was dabei rauskommt, weiß man ja zu diesem Zeitpunkt noch nicht.“ US-Bike-Travel funktioniert gut, die Qualität seiner Reisen hat sich längst herumgesprochen.

» **Sein Tipp:** „Ob ich diesen Weg anderen empfehlen kann? Das geht wohl nur, wenn man einen **langen Atem mitbringt** und es sich dabei um ein Herzensprojekt handelt.“



» SCHWULEN-REISEN

„Ich habe auf einen boomenden Markt gesetzt“

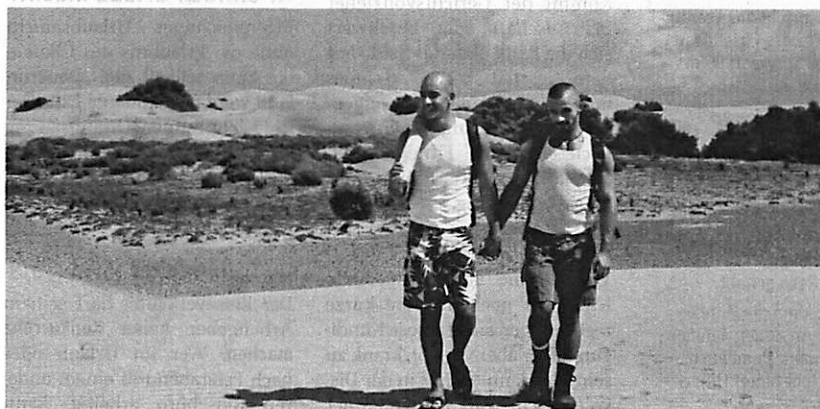
» **Die Idee:** Thomas Kolb (Foto) hatte gleich mehrere Gründe, sich hierauf zu spezialisieren. „Zum einen bin ich meine eigene Zielgruppe, und das macht es natürlich leichter, gute Reisen anzubieten“, sagt der Frankfurter Travel-Experte. Er hat zum Beispiel festgestellt, dass Schwule gern unter sich bleiben, mit Gleichgesinnten. Ideal

sind da bestimmte Ziele wie Gran Canaria oder auch schwule Kreuzfahrten. Ein weiterer Grund: Der Markt boomt. „Schwule und Lesben **geben gern Geld für Reisen aus und haben auch ein ordentliches Budget dafür**. Schließlich leben viele ja das Modell: doppeltes Einkommen, keine Kinder“, sagt Thomas Kolb.

» **Die Arbeit:** Wichtig ist natürlich auch, passende Hotels zu finden, um schräge Blicke oder Bemerkungen zu vermeiden. „Viele Hotels kommen da von sich aus auf mich zu, allerdings fühle ich dann immer noch mal auf den Zahn, ob sie wirklich gayfriendly sind oder sich nur den Anschein geben.“ Der **Beratungsbedarf ist grundsätzlich höher**, gerade wenn es um Länder geht, in denen Homosexualität nicht unbedingt auf Toleranz stößt, wie etwa die Emirate.

» **Der Erfolg:** Seit 2003 leitet Kolb das Online-Reisebüro Maenner-unterwegs.de in Frankfurt. Die Konkurrenz ist überschaubar: „Es gibt ein paar Online-Reiseanbieter, aber richtige Reisebüros wohl noch nicht mal zehn bundesweit“, schätzt er. Die **Kundenakquise wird natürlich genau auf die Zielgruppe ausgerichtet** und findet dort statt, wo potenzielle Kunden sind: Zum Beispiel hat er jedes Jahr auf dem Christopher-Street-Day einen Info-Stand und verteilt Flyer.

» **Sein Tipp:** „Ich habe mich gleich **doppelt spezialisiert**: zum einen auf schwule Reisen, zum anderen noch auf die Reiseländer Türkei und Mexiko. Die sind bei unserer Zielgruppe noch nicht so etabliert, obwohl sie sehr viel zu bieten haben. Und ich kenne mich hier besonders gut aus.“



Schwule mögen Gran Canaria (Foto) – das weiß Thomas Kolb. Er hat sich auf diese Zielgruppe spezialisiert.