



# ÖRV Generalversammlung Bad Schallerbach, 20.04.06

KR Annemarie Richard

# Themen

- ◆ Zur Lage der österreichischen Reisebüros
- ◆ ÖRV 2005
- ◆ ÖRV 2006/2007
- ◆ Positionspapier Reisebüro - Reiseveranstalter
- ◆ „Zeit zum Handeln“
- ◆ Gute Leistung, faire Gebühren

# Zur Lage der österreichischen Reisebüros

- ◆ Wirtschaftliches Umfeld unverändert schwierig – Reisebüros und Reiseveranstalter Motor der Konjunktur
- ◆ 2005 erzielte die Reisebranche durchschnittlich ein Umsatzplus von 3%
- ◆ Österreichweit erzielen 2500 Unternehmen (ca. 1000 Reisebüros sind Mittler für größere Veranstalter) einen Umsatz von ca. 3 Mrd. €
- ◆ Topdestinationen 2005  
Griechenland, Türkei, Spanien

# Zur Lage der österreichischen Reisebüros

- ◆ 2005 auch das Jahr der Katastrophen  
Tsunami, Wirbelstürme,  
Bombenanschläge, Vogelgrippe und 2006  
Karikaturen-Streit
- ◆ Vogelgrippe: kein Grund zur Panik, es genügt  
Verhaltensempfehlungen zu beherzigen
- ◆ Vertrauen in das bewährte  
Krisenmanagement der Reisebürobranche

# ÖRV Kongresse

- ◆ Frühjahreskongress in Krems 31.3.-1.4.2005  
„Nur der Kunde zählt“
- ◆ Herbstkongress in Kappadokien  
23.-26.10.2005  
„Interkulturelle Kompetenz im Tourismus“
- ◆ Frühjahreskongress 2006 Bad Schallerbach  
20.-21.4-2006, „Zeit zum Handeln“
- ◆ Herbstkongress 2006 Portoroz, 28.9.-1.10.2006

# ÖRV 2005

- ◆ **Flug:**
  - > AUA Commission Cut
  - > Lufthansa-Klage
  - > ABTA Prozesskosten
  - > Bruttopreisauszeichnung
  - > ÖRV Folder für Businesskunden
- ◆ **Touristik:**
  - > Pressekonferenz Pauschalreise
  - > Flyer Touristik „Gute Leistung, faire Gebühren“
  - > Rabattdiskussion, insbesondere ITS Billa
  - > Beibehaltung Margensteuer
- ◆ **Incoming:**
  - > Incoming Folder

# ÖRV2006/2007

- ◆ Lobbying bei den Tourismussprechern der österreichischen Parteien
- ◆ Professionalisierte PR-Verbandsarbeit inkl. Homepage neu
- ◆ Einbindung in das Krisenmanagement der Bundesregierung
- ◆ Touristik Think Tank, Veranstaltungsreihe mit „high potentials“
- ◆ Kooperation mit TTC zur Forcierung des Ausbildungsgedankens

# ÖRV 2006/2007

- ◆ **Flug:** Rahmenbedingungen 2006
  - > Die meisten Airlines (auch OS) stellen auf Null Kommission um
  - > Online Vertrieb nimmt zu, liegt aber noch unter 10%
  - > IATA-Airlines (auch OS) stellen ihr Preissystem um und greifen Billig-Airlines an
  - > Billig-Airlines entwickeln sich langsamer, aber steigend



# ÖRV 2006/2007

- ◆ **Flug:** Maßnahmen 2006
  - > Beibehaltung der transparenten Abrechnungsmodelle, d.h. bei Firmen (TSC und Handling Fee), bei Einzelkunden (TSC und Servicepauschale)
  - > Entwicklung eines neuen Firmenpreiskonzeptes mit Integration Online-Angebot
  - > Senkung der Prozesskosten gemeinsam mit Airlines/ABTA/CRS-Systeme

# ÖRV 2006/2007

- > Verstärkte Zusammenarbeit mit Firmenreisestellen (via ABTA) zu allen Themen der Geschäftsreisen
- > Differenzierung der Handling Fees bei komplizierten Tickets
- > Konzepterstellung für aufwandbezogenes Pricing bei Firmenkunden

# ÖRV 2006/2007

## ◆ Touristik:

- > Weitere Gespräche mit Reiseveranstaltern zum Thema stationärer Vertrieb / neue Vertriebskanäle
- > Projektgruppe „EDV harmonisierter Rechnungsabgleich“
- > Gebühren „Beratung kostet“

# Positionspapier

- ◆ Gleicher Content Direktvertrieb – Retail
- ◆ Ehrliche Basisprovision
- ◆ Faire Overriding-Vereinbarung
- ◆ Beitrag zur Prozessoptimierung im Reisebüro
  - > eine Agenturnummer
  - > EDV harmonisierter Rechnungsabgleich
- ◆ Buchungsgebühr im OnlineVertrieb
- ◆ Höhere Provision für Sonderangebote

# ÖRV 2006/2007

## ◆ Incoming:

- > Laufende Kooperationsgespräche mit Hoteliers
- > Zusammenarbeit Tourismusorganisationen und Incoming Büros forcieren
- > wirtschaftliche Bedeutung privater Incomer bewusst machen
- > „Runder Tisch“ mit ÖW
- > Lösung VISA – Problematik

# Zeit zum Handeln

- ◆ Wettbewerbsvorteile der Reisebüros
  - > Kundennähe
  - > Sicherheit
  - > Neutralität
  - > Beratungskompetenz
  - > Qualität
- ◆ Neue Qualität der Partnerschaft Reisebüro / Reiseveranstalter

# Zeit zum Handeln

- ◆ Pauschalreise lebt, ca. 50% des touristischen Umsatzes, verstärkt ausrichten auf geänderte Nachfrage bzw. Individualisierung
- ◆ Flexibilisierung der Preise, d.h. Verkauf zu Tageskursen bzw. Dynamic Packaging wird weiter zunehmen
- ◆ Nicht nur am Preis orientieren
- ◆ Kunde will nicht billig im Sinn von „wenig Geld für geringe Qualität“, er will es preiswert

# Zeit zum Handeln

- ◆ Preiskriege vernichten sinnlos wertvolle Arbeitsplätze, Kunden verlieren das Preisgefühl, entscheidend für die Preispolitik muss immer das Preis-Leistungs-Verhältnis sein
- ◆ Internet Chance für Reisebüros für Informationsbeschaffung, eigenen Onlinevertrieb, Kundenbindung und eigenes Veranstaltergeschäft
- ◆ Internet Problem für Reisebüros, da Stärkung Eigenvertrieb und Einfachprodukte für Kunden leichter zugänglich



# Gute Leistung, faire Gebühren

- ◆ Reiseziel und Reisezeit
- ◆ Marktüberblick und Angebotsvergleich
- ◆ Reisetipps aus erster Hand
- ◆ Spezielle Reiseinformationen
- ◆ Fragen zur geplanten Reise