



## Die Reiseveranstalterbranche in Kürze

Zwei große Veranstaltergruppen dominieren den Markt: TUI Group plc (mit First Choice Holidays, Travelbound Schools, Thomson Holidays, Hotelbeds und laterooms.com) und der Thomas Cook Group plc (mit Thomas Cook Holidays und Cresta).

- **TOP Reiseveranstalter** wie Miki Travel, Gullivers Travel oder Vacation Europe bieten Leistungsträgern wie Stena Line und Easyjet ihre Plattformen an. Für Reisen nach Deutschland sind v.a. kleinere und mittlere Spezialveranstalter relevant (Jugend- und Schülerreisen, Citybreaks, Bahnreisen). Hier ist eine deutliche Entwicklung in Richtung Online-Geschäft sichtbar und sollte entsprechend ernstgenommen werden. Auch Transportunternehmen bieten zusätzliche Leistungen, z.B. Hotels im Online-Vertrieb an.
- **Reisebüros und Packages:** Persönliche Beratung ist weiterhin relevant für Reisende aus Großbritannien und ein wesentliches Verkaufskriterium (Bsp. Hays Travel).
- **Besonderheiten in der Branche:** Die Branche ist extrem preisorientiert. Das Thema Sicherheit ist ein entscheidendes Auswahlkriterium. Das Segment des Barrierefreien Reisens wird künftig noch mehr an Bedeutung gewinnen. Generell ist es hilfreich in Verhandlungen zu signalisieren, dass Sie bereit sind, Ihre Produkte an den Quellmarkt UK anzupassen.



## Wichtige Messen und B2B Workshops

Persönlicher Kontakt ist für Geschäftsbeziehungen sehr wichtig. Neben Messen, die man zur Kontaktpflege nutzen kann, empfiehlt es sich, regelmäßige Telefonate und Besuche vor Ort einzuplanen.

➤ **WTM – World Travel Market London**  
Weltweite Tourismusmesse  
[www.wtmlondon.com](http://www.wtmlondon.com)

➤ **Germany Travel Show London**  
DZT Fach- und Expedienten Workshop  
[www.germany.travel](http://www.germany.travel)



## Tipps und Geschäftskultur

- Mit einem HÄNDEDRUCK begrüßt man sich nur beim ersten Treffen oder wenn man seinen Business-Partner eine ganze Weile nicht gesehen hat.
- Ein kurzes „Hello“ und eine TYPISCHE BEGRÜßUNGSFLOSKELE reichen aus. Das tatsächliche Befinden interessiert allerdings dabei nicht wirklich. Die Vorstellung geschieht mit Vor- und Zunamen, da im weiteren Gesprächsverlauf schnell der Vorname verwendet wird.
- BUSINESS-KLEIDUNG ist klassisch formell, gedeckte Farben dominieren.
- MEETINGS sollten rechtzeitig geplant werden. Häufig verlaufen diese dann nicht unbedingt streng nach einer vorgelegten Agenda, da man alles weitere ja später noch bilateral verhandeln kann. Alle im Meeting besprochenen Ergebnisse werden schriftlich fixiert.
- SMALL TALK ist ein „Must“, um ein geschäftliches Meeting unverbindlich einzuleiten und ein wenig über den Geschäftspartner zu erfahren. Geeignete Themen können das Wetter oder Fußball sein.
- Engländer verhandeln eher ERGEBNISORIENTIERT. Höflichkeit und Pünktlichkeit, Understatement und Kompromissbereitschaft gehören auf jeden Fall dazu.
- VERHANDLUNGSSICHERES ENGLISCH ist besonders wichtig, da Engländer viel zwischen den Zeilen sagen. Dazu gehört auch, Kritik eher zu verpacken.
- Engländer denken wesentlich KURZFRISTIGER als Deutsche, was nicht zuletzt mit der deutlich geringeren durchschnittliche Betriebszugehörigkeit zu tun hat.
- Selten wird es vorkommen, dass das erste Treffen in ein GESCHÄFTSSESSON übergeht. Wenn es dennoch der Fall ist, zahlt derjenige, der eingeladen hat. Wenn es nicht ganz klar ist, wer diese Rolle übernimmt, wird der Betrag gleichmäßig auf alle aufgeteilt („to go Dutch“). Pub-Besuche nach der Arbeit sind üblich.
- Wenn ein Toast auf die Queen ausgesprochen wird, erheben sich alle Anwesenden.