

VPR-VERANSTALTUNGEN

VPR Denkfabrik

Wie Storytelling funktioniert, zeigt Nora Feist, Geschäftsführerin von Mashup-Communications, im kostenlosen Web-Seminar „Storytelling im Tourismus“ im Rahmen der VPR Denkfabrik am 22. Juni von 16 bis 17 Uhr.

Jahreshauptversammlung

Am 12. und 13. Mai treffen sich die VPR-Mitglieder im Vitalhotel Gosau im Salzkammergut zur Jahreshauptversammlung 2022. Für den internen Austausch gibt es auch ein Netzwerkprogramm.

VIP-Treff Summer Edition

Ein hochwertiges Programm erwartet Aussteller und Besucher der diesjährigen „VPR VIP-Treff Summer Edition“ vom 7. bis 9. Juli 2022 im Crowne-Plaza Hotel in Neuss. Neben dem beliebten Einkaufs-Workshop bietet die Veranstaltung beim Welcome-Abend und bei der Feier zum 40. Geburtstag des VPR viel Gelegenheit zum Einkauf und zum informellen Austausch. Informationen zu den Veranstaltungen des VPR finden Sie unter: www.vpr.de/veranstaltungen. Regelmäßig reinschauen lohnt sich!

MARKT

VPR/NIT-Bustouristik-Studie

Im Rahmen der 4. VPR connects... digital erfreute sich die Präsentation der Ergebnisse der VPR/NIT-Bustouristik-Studie starker Beliebtheit: Die Teilnehmer ließen sich in großer Zahl von Ulf Sonntag, Geschäftsführer des renommierten Marktforschungsinstitutes NIT, über die Erkenntnisse der Kundenumfrage informieren. Christoph Knobloch, im VPR-Präsidium federführend für die Durchführung der Umfrage verantwortlich, über Erkenntnisse:



Christoph Knobloch in Berlin anlässlich der Präsidiumssitzung 2021

war es uns ein Anliegen, die Studie zu exakt diesem Zeitpunkt inmitten der Pandemie durchzuführen.

OR: Wie können Sie die VPR-NIT-Touristikstudie für Ihre Verbandsarbeit einsetzen?

KNOBLOCH: Unser Verband sieht sich als Plattform der Bus- und Gruppentouristik mit dem Ziel, den Austausch zwischen Leistungsgebern, Paketern und Busunternehmern zu fördern. Fundiertes Hintergrundwissen über die Bedürfnisse der Zielgruppe ist für einen ergebnisorientierten Austausch essenziell. Daher haben wir die Ergebnisse der Studie unseren Mitgliedern zur Verfügung gestellt und werden die Auszüge der wichtigsten Aussagen in verschiedenen Medien, zum Beispiel in unserem Newsletter oder in den sozialen Medien, veröffentlichen.

OR: Was war das Ihrer Meinung nach interessanteste Ergebnis aus der Umfrage?

KNOBLOCH: Interessant und erfreulich für mich war, dass 14,3 Millionen Deutsche – befragt inmitten einer Pandemie – in den nächsten drei Jahren eine Busreise planen.

OR: Was hat Sie darüber hinaus noch positiv überrascht, wenn Sie an die Studienergebnisse denken?

KNOBLOCH: Ebenso erfreulich finde ich, dass nicht wie so oft vermutet der Preis das wichtigste Entscheidungskriterium für einen Busreise-Anbieter ist, sondern weiche Faktoren wie Freundlichkeit des Personals, gutes Image des Anbieters und Kompetenz in der Zieldestination ausschlaggebend sind.

OR: Gibt es bereits Pläne für weitere Studien?

KNOBLOCH: Der VPR plant, die Befragung mittelfristig wiederholt durchzuführen, um Trends und Entwicklungen speziell für die Bus- und Gruppentouristik ableiten zu können. Die zusammengefasste Ergebnispräsentation der VPR/NIT-Touristik-Studie 2022 finden Interessierte übrigens zum Nachlesen auf der Website des VPR unter www.vpr.de.

ANZEIGE



NACHWUCHSFÖRDERUNG

Eng verzahnt mit Tourismus-Lehre

Beim letzten Online-Mitglieder-Meeting gab ein großer Teil der Anwesenden an, noch auf der Suche nach Auszubildenden und dualen Studierenden für das kommende Ausbildungsjahr zu sein. Für die Suche nach dualen Studierenden und Trainees pflegt der VPR ein gutes Netzwerk: sowohl Herr Prof. Dr. Dingeldey von der DHBW Ravensburg als auch Herr Prof. Dr. Stengel von der Hochschule für angewandte Wissenschaften in Kempten sind in Kontakt mit der Geschäftsstelle. Die DHBW Ravensburg ist bekannt für ihre dualen Touris-

mus-Studiengänge und offen für Partnerunternehmen. Die FH Kempten lehrt an ihrer touristischen Fakultät Tourismusmanagement und Tourismus Zukunft. Eine Kontaktaufnahme über die VPR-Geschäftsstelle ist für Interessierte stets möglich. Darüber hinaus haben Mitglieder des VPR durch dessen Mitgliedschaft beim ATV (Aktionsbündnis Tourismusvielfalt) einen Zugang zur Kooperation mit der IU Internationale Hochschule zu vergünstigten Kooperationen. Informationen dazu können die Mitglieder direkt beim ATV einholen.

OMNIBUSREVUE: DTV, DZT, FUR ... es gibt bereits viele Touristik-Studien. Warum hat die Bustouristik Ihrer Meinung nach eine weitere Studie gebraucht?

CHRISTOPH KNOBLOCH: Wir haben uns dazu entschieden, eine zielgerichtete Umfrage in Auftrag zu geben, weil die im Vorfeld genannten Studien sehr stark auf Individualtourismus abzielen. Wir wollten bewusst die Bedürfnisse der Bus- und Gruppentouristik abbilden und haben daher in dieser Studie die Fragen entsprechend spezialisiert gestellt.

OR: Warum haben Sie die Studie zu diesem Zeitpunkt durchgeführt?

KNOBLOCH: Ein weiteres Ziel der Umfrage war, herauszufinden, wie sich das Reiseverhalten der Gruppenreise-Zielgruppe mit der Corona-Pandemie verändert. Daher

MEINUNG

Stimmen beim VPR-Online-Mitgliedermeeting

Im Rahmen des jüngsten Online-Mitgliedermeetings des VPR gab es einen regen Austausch. Einige Stimmen der Verbandsmitglieder aus unterschiedlichen Pers-

pektiven zu Fragen wie Preissteigerungen, Preiserhöhungen in der Saison und Einflüsse der Ukraine-Krise können Sie hier nachlesen. Weitere finden Sie auf www.vpr.de.



Verständnis bei den Reisegästen
Sebastian Andre, Head of Sales Prag, Frankenland Travel Group

„Wir merken beim eigenen Veranstalter Frankenland Reisen, dass die meisten Gäste Verständnis zeigen. Ein Buspartner hat sogar berichtet, dass ein Gast von sich aus mehr gezahlt hat. Ohne Aufforderung, einfach um den Unternehmer zu unterstützen.“



Mehrkosten partnerschaftlich teilen
Hinrika Busemann, Commercial Head of FIT & Regional Leader DACH, Tour Partner Group

„Wir bemühen uns sehr, die aktuellen Preiserhöhungen und Mehrkosten so gering wie möglich zu halten, aber dennoch sind wir alle betroffen. Wäre es da nicht nur partnerschaftlich und fair, wenn sie von allen Seiten getragen werden?“



Hotels passen sich flexibel an
Serhat Götz, Director Leisure Sales, BWH Hotel Group Central Europe GmbH

„Vor einigen Wochen war die Stimmung auf Aufschwung. Hotels wurden wieder auf Normalbetrieb hochgefahren und dank der Vorausbuchungen wurde wieder investiert. Dies hat uns jäh durch den Ukraine-Krieg wie von 100 auf null wieder gefühlt auf Anfang der Pandemie katapultiert.“



Papier wird knapp und teuer
Sebastian Beule, Senior Sales Consultant, Bräutigam GmbH & Co. KG

„Die Papierverfügbarkeit ist aktuell ein großes Thema am Markt. Größere Druckobjekte wie Beilagen und Kataloge müssen frühzeitig eingeplant werden, um zum gewünschten Produktionszeitraum Papier vorrätig zu haben.“

MENSCHEN BEIM VPR

Konrad Pramsohler, Firmengründer und Geschäftsführer der World Wide Gruppenreisen GmbH, die kürzlich ihren 30. Geburtstag feierte, blickt zurück.



Mein erster Kontakt zum VPR war ...

... vor elf Jahren. Mir hat das Konzept gefallen, die Kunden nicht nur zum Fachbesuch zu treffen, sondern auch in einer geselligen Runde mit einem tollen Rahmenprogramm Zeit mit den Kunden und Kollegen zu verbringen.

Meine Lieblingsbeschäftigung abseits der Reise- und Touristikbranche ...

... ist es, mit dem Auto oder dem Motorrad durch die Gegend zu fahren. Dabei genieße ich die Natur, aber auch die Architektur. Mich fasziniert, wie der Mensch versucht, manchmal auch auf wahnwitzige Weise mit der Natur zu harmonieren.

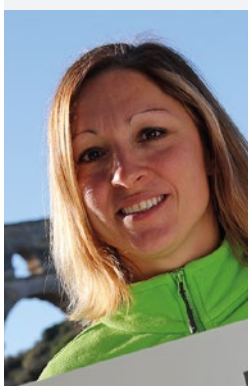
Ich will unbedingt bei der nächsten VPR-Veranstaltung dabei sein, weil ...

... ich erfahren möchte, wie die Stimmung bei den Unternehmern und Kunden ist. Mich interessiert auch, von Kollegen und Kunden zu erfahren, was sich für sie verändert hat und wie sie sich angepasst haben.

Mich treibt zur Verzweiflung, dass ...

... viele Menschen hierzulande sich so schnell negativ beeinflussen lassen. Ich komme gerade von einer 40-tägigen Südamerikareise zurück. Trotz eines Minimums an Lebensqualität sind die Menschen dort zufrieden mit dem, was sie haben.

Viel Verständnis vonseiten der Kunden
Elisabeth Benz-Walter, Prokuristin, Wir sind Frankreich GmbH La Cordée Reisen



„Aktuell erfahren wir sehr viele Preissteigerungen, vor allem die Energie-, Lebensmittel- und Lohnkosten machen sich bei den Reisepreisen stark bemerkbar. Auch sind viele Leistungsträger und Hotels noch nicht wieder so verfügbar wie vor der Corona-Zeit. Wir sind sehr glücklich, dass wir bei vielen unserer Kunden hier auf Verständnis stoßen.“

Nachfrage größer als FIT-Aufkommen
Frank Straka, Direktor Marketing & Business Development, Idea Spa Travel sp. z o. o.



„Während das Geschäft der FIT-Veranstalter seit 24. Februar klar eingebrochen ist, wachsen trotz Ukraine-Krieg und teilweise unterjähriger Preiserhöhung die Nachfrage und das Buchungsvolumen der Busveranstalter. Auffallend ist aber auch, wie kurzfristig seit 2020 im Busbereich gebucht wird und wie oft unsere Buspartner neue Termine noch unterjährig anfragen, auflegen und dann realisieren.“