

Konzentration aufs Wesentliche

FDSV-Vorsitzender Heiner Giese über die Auswirkungen der Krise auf die Sprachreisebranche und über die Bedeutung des Reisebüro-Vertriebs

Frankfurt. Der Trend aus dem Vorjahr scheint sich fortzusetzen: Trotz vielfach knapper finanzieller Mittel spart der Deutsche nicht an Maßnahmen für seine Weiterbildung. touristik aktuell sprach mit Heiner Giese, dem Vorsitzenden des Fachverbands Deutscher Sprachreiseveranstalter (FDSV), über Buchungen in Krisenzeiten und die Beratung im Reisebüro.

ta: Herr Giese, wie läuft das Geschäft mit Sprachreisen in diesem Jahr?

Heiner Giese: Die Branche ist angenehm überrascht, die Wirtschaftskrise macht sich kaum bemerkbar. Der Markt präsentiert sich erheblich besser als prognostiziert.

ta: Woran liegt das?

Giese: Trotz knapper werdender Ressourcen sparen die Leute nicht an Sprachreisen. Der Kunde konzentriert sich auf das Wesentliche, die Verbesserung der Grundqualifikation in Englisch steht im Vordergrund. Durchschnittsdauer der Reise und -umsatz sind rückläufig, aber die Zahl der Sprachreisenden ist überraschend konstant. Auffällig ist, dass Firmen in Zeiten der Krise nicht in die Qualifikation ihrer Mitarbeiter investieren. Das Firmengeschäft ist in diesem Jahr deutlich rückläufig.

ta: Wie sieht es mit Schülersprachreisen aus?

Giese: Dort haben wir auch einen positiven Trend, wir erwarten eine Steigerung der Kundenzahlen im Vergleich zum Vorjahr. Auch hier gilt: Eltern investieren in Krisenzeiten in die Bildung ihrer Kinder.

ta: Was tun die Sprachreisespezialisten, um neue Zielgruppen anzusprechen?

Giese: Sie erweitern vor allem das Angebot an einwöchigen Sprachreisen. Der FDSV rät in diesem Fall allerdings zu einem intensiven Sprachtraining von 20 bis 30 Unterrichtsstunden, sonst bringt das nichts.

ta: Wie wichtig ist der Reisebüro-Vertrieb in Zeiten des Internets noch für Ihre Branche?

Giese: Qualifizierte Beratung ist für Kunden, die eine Sprachreise machen wollen, immer wichtig. Da kommt das Reisebüro ins Spiel. Komplizierte Spezialkurse werden dort in der Regel nicht nachgefragt, aber auch beim Standardprodukt ist eine gute Beratung sehr wichtig. Und natürlich Vertrauen. Das sind die Aspekte, die ein Reisebüro abdecken kann. Deshalb ist der Reisebüro-Vertrieb für uns weiterhin wichtig – auch wenn Sprachreiseveranstalter und Fremdvertrieb manchmal fremdeln.

ta: Worauf müssen Reisebüro-Mitarbeiter bei der Beratung achten?

Giese: Das ist bei einer Sprachreise nicht anders als bei anderen Reisen: Zunächst muss man die Bedürfnisse des Kunden eruieren. Wenn darauf basierend eine Beratung stattfindet, wird sich der Kunde im Angebot wiederfinden. Wichtig für Reisebüros zu wissen: Veranstalter, die Mitglied im FDSV sind, garantieren bestimmte Standards wie qualifizierte Sprachlehrer und eine Betreuung bei Schülersprachreisen.

Das Gespräch führte Julia Treuherz