

SPIEGEL ONLINE - 28. Dezember 2006, 11:17

URL: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,454818,00.html>

NEUES REISEPORTAL-KONZEPT

"Surfen wäre nett, Land egal"

Von Stefan Schultz

Die Suche nach der individuellen Traumreise ist eine Suche im Heuhaufen. Askerus, ein personalisiertes Reiseportal, verspricht seinen Kunden, die goldene Nadel darin zu finden. Und will im selben Zug den gebeutelten Reisebüros einen neuen Nachfragemarkt schaffen.

Wer online Flug und Unterkunft bucht, tut dies rund um die Uhr, ist an keinen Reiseveranstalter gebunden und nimmt Reisebüro-Dienste nur noch dann in Anspruch, wenn sie sich wirklich rechnen. Die Sache hat nur einen Haken: Die Suche im Internet kann ungemein nervig und zeitaufwendig sein. Zum Leidwesen der Reisebüros wählen trotzdem viele Reisewillige den Weg übers Netz - die touristischen Web-Angebote machen den klassischen Agenturen die Kunden abspenstig.



Reiseportal Askerus: Neue Kunden für die Reisebüros

Askerus, ein nachfrageorientiertes Reise-Portal, will nun beide Probleme auf einen Schlag lösen: dem urlaubsreifen Kunden die Online-Suche erleichtern und einen neuen Nachfragemarkt für Reisebüros generieren. Das werbetexten zumindest dessen Erfinder.

"Das Prinzip ist denkbar einfach", erklärt Tarek Moussa, einer der beiden Unternehmensgründer. "Über eine Eingabemaske gibt der Kunde ein individuelles Urlaubsgesuch auf. Kostenlos, versteht sich." Askerus versendet die Kundenanfrage dann anonym per Mail an seine Partner-Reisebüros. Diese schicken dem Kunden anhand von dessen Angaben ein "ihm auf den Leib konzipiertes Reiseangebot". Die Reisebüros bekämen so neue Kunden vermittelt, und der Kunde bekäme professionell recherchierte und

personalisierte Angebote frei Haus.

Moussa nennt das eine "Win-Win-Situation", ein Ausdruck, den er aus seinem BWL-Studium an der Universität Duisburg-Essen gut kennt. Die Idee für ein individualisiertes Suchportal kam dem 27-Jährigen, als er seinen alten VW verkaufen wollte und nach einer Möglichkeit suchte, potentielle Kunden gezielt darauf aufmerksam zu machen. "Autos wie meins gibt es wie Sand am Meer. Ich suchte nach einem Weg, gezielt Interessenten für mein Modell zu finden. Die Idee zum personalisierten Online-Suchportal war geboren." Ausgerechnet einer der Gründungsgesellschafter von autoscout24.com und zugleich Professor für E-Business, Tobias Kollmann, riet ihm schließlich, sein Projekt auf die Reisebranche auszurichten. Seit Ende Oktober ist das Portal online.

Mit Askerus in die Flitterwochen

Heiko Bolle könnte ein Kommilitone von Moussa sein. Er studiert ebenfalls BWL, ist ebenfalls 27 Jahre jung und sah zufällig einen von Moussas Vorträgen über Askerus an der Universität Wuppertal. Er entschloss sich, dem Portal eine Chance zu geben, und gab ein Inserat für eine Hochzeitsreise auf. "Keine Pauschalreise, Surfen wär' nett, Land egal, keine Tsunamis", lautete in etwa die Anzeige. "Ich habe dann noch relativ ausführlich die eigenen Wünsche angegeben", erinnert sich Bolle.

Fünf Tage nachdem er die Anfrage gestartet hatte, lagen ihm insgesamt sechs Angebote vor, "komischerweise gleich drei davon für Bali". Die Reisebüros hätten sich teils richtig Mühe gegeben, individuell und kreativ zu sein. "Ein Unternehmen bot uns eine Art 'Honeymoon-Special'

inklusive dreitägiger Rundreise und einer traditionell balinesischen Zeremonie für Frischverheiratete", so Bolle, der sich durchaus vorstellen kann, eines der Angebote letztlich zu buchen. Bald muss er sich entscheiden - die Hochzeitsreise soll im September 2007 stattfinden.

Neuer Markt für Reisebüros?

Für die Reisebüros, Moussas Hauptkunden, befindet sich Askerus derzeit noch in der Testphase. Bis zum 31. Januar 2007 können ausgewählte Agenturen den Dienst kostenlos erproben, danach will der Jungunternehmer für die Vermittlung von Kunden eine Provision nehmen.

Das Vekar Reisebüro Lufthansa City Center in Mühlheim ist eine der derzeit rund 30 Agenturen, die bereits regelmäßig Kundenanfragen erhalten. Geschäftsführerin Mariele van Haren bewertet das Konzept der Personalisierung positiv: "Wenn uns zu einem Angebot etwas einfällt, können wir gezielt zugreifen." Zur Beantwortung der Anfragen hat sich das Büro ein Zeitlimit gesetzt. "Wenn alles glatt geht, hat der Kunde unsere Antwort innerhalb eines Tages. Würden wir länger brauchen, hätten wir im Internet keine Chance."

Nach Ende der Testphase könnte Mariele van Haren sich gut vorstellen, weiter mit Askerus zusammenzuarbeiten. Wie viele andere "Test-Agenturen" besteht sie jedoch darauf, dass das Portal die Kommunikation zwischen Reisebüros und Kunden auf telefonischen Kontakt umstellt. Derzeit kann der Kunde sich noch aussuchen, ob er sich anrufen lässt oder eine Mail bekommt. "Per Mail ist viel zu unpersönlich", meint van Haren. Man könne dann nicht verifizieren, ob der Kunde die Anfrage tatsächlich ernst meint, und investiere gegebenenfalls eine Menge Zeit für nichts.

Moussa hat bereits reagiert. Nach Ende der Testphase müssen Kunden ihre Telefonnummer hinterlassen. Die Möglichkeit, dass mit den Nummern Missbrauch betrieben wird, schließt er aber aus. "Um ein Maximum an Datenschutz zu gewährleisten, verlangt Askerus von allen Partner-Reisebüros einen Gewerbenachweis." Bei Kundenbeschwerden fliege das betreffende Reisebüro sofort aus dem Verteiler.

Im Frühjahr, wenn viele vom Winter die Nase voll haben und noch mal schnell last minute verreisen, soll Askerus tüchtig wachsen. Bis März 2007 wollen die Jungunternehmer mit rund 1000 Reisebüros kooperieren und etwa 10.000 Kundenanfragen bearbeitet haben. "Das Studium mussten wir bei so einem Riesenprojekt natürlich erst mal auf Eis legen", sagt Moussa. "Aber ich fand die Praxis schon immer spannender als die Theorie."

© SPIEGEL ONLINE 2006

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH

Zum Thema im Internet:

► Askerus - Nachfrage-Reiseportal

<http://www.askerus.de/travel/welcome.do>
