

# Ferien aus dem Musterkoffer

Mit Urlaubsbuchungen im Stil von Tupperware-Partys bieten mobile Vermittler eine Alternative zum Reisebüro

Die weite Welt fängt gleich hinter Hamburg an. In einem Einfamilienhaus in Klecken, gleich bei der Autobahn. Genauer: neben einem Bügelbrett im Dachzimmer. Hier steht der Schreibtisch von Petra Erhorn. Von hier aus verkauft die 42-jährige Hausfrau Flugtickets, Kreuzfahrten, Last-Minute-, Individual- und Pauschalreisen, bucht Mietwagen und Ferienwohnungen. »7 Tage die Woche, 365 Tage im Jahr, rund um die Uhr«, verspricht ihr Werbehandzettel.

Petra Erhorn ist mobile Reisevermittlerin; sie hat fast 100 Veranstalter im Programm und bietet »alles, was ein normales Reisebüro auch bietet«, wie sie stolz sagt. Und zu den gleichen Konditionen.

Die einfache Philosophie hinter ihrem Job: Reisen verkaufen kann eigentlich jeder, der über ein Telefon, einen Computer mit Internet-Anschluss (für das Buchungssystem) und einen Gewerbeschein verfügt. Vor neun Jahren fing Petra Erhorn beim Branchenpionier Travelnet an, wechselte dann zu Amondo. Zusammen mit TMG und beherrscht dieses Quartett das Geschäft mit der ungewöhnlichen Vertriebsform. Buchbar ist grundsätzlich alles, was in einem stationären Reisebüro auch buchbar ist. Allerdings vermittelt Travelnet bevorzugt Angebote seines Mutterkonzerns Thomas Cook. Auch Einzelkämpfer versuchen als freie Handelsvertreter ihr Glück auf einem Markt, der dank Internet und schneller DSL-Verbindungen weder große Investitionen noch besonderes Technikverständnis erfordert.

So tummeln sich neben Reiseverkehrskauleuten vor allem Quereinsteiger in der Branche. Für Petra Erhorn ging ein alter Traum in Erfüllung: »Ich wollte eigentlich nach dem Abitur ins Reisebüro, aber damals sah es schlecht mit Lehrstellen aus.« Als die Groß- und Einzelhandelskauffrau dann davon hörte, dass Mitarbeiter für den mobilen Verkauf gesucht wurden, nutzte sie die Elternzeit, um in ihren Traumberuf einzusteigen. Das war nicht schwer: Interesse und Engagement genügen, formale Qualifikationen werden nicht verlangt.

Die Agenturen bieten Schulungen an. »Nach ca. 2 Stunden und einigen bestandenen Tests...«, verspricht Travelnet allen Interessenten, »stellen wir Ihnen automatisch Ihr persönliches »Reisebüro« zur Verfügung.« Amondo

stellt Multiple-Choice-Aufgaben: »Sie möchten direkt bei TUI über das Internet buchen. Wie tun Sie das, damit Sie dafür auch Provision erhalten? A: Ich buche über [www.tui.de](http://www.tui.de) B: Ich buche über [www.amondo-inside.com](http://www.amondo-inside.com).«

Neulich hat Petra Erhorn einen Vortragsabend veranstaltet, um Kunden zu gewinnen. Thema: Ischia. Neun Gäste waren versammelt, denen sie von einer Informationstour auf die italienische Insel berichtete, die Amondo für seine Vermittlerinnen organisiert hatte. Mehr-tägige Weiterbildungsseminare oder Tagesveranstaltungen bietet Amondo mehrmals im Jahr auf freiwilliger Basis an. Die Selbstbeteiligung liegt zwischen null und 300 Euro.

Zu Prosecco, Rotwein und sehr vielen Häppchen warf ein Beamer Fotos und Videos auf die Leinwand in Petra Erhorns Wohnzimmer. Zumindest bei vier Gästen musste sie keine Überzeugungsarbeit mehr leisten: Petra Erhorns Eltern waren schon im Vorfeld von den Schilderungen ihrer Tochter überzeugt und konnten sogar noch ein befreundetes Ehepaar zum Mitreisen begeistern. Die anderen – Freundinnen und Bekannte – genossen den informativen Abend, ohne zu buchen. »Ich betrachte das langfristig«, sagt Petra Erhorn gelassen.

Gerd Hermann, Geschäftsführer von Amondo, schätzt, dass der Anteil der Reisebuchungen, die bei mobilen Agenten getätigt werden, vier bis fünf Prozent vom Gesamtvolumen des deutschen Reisemarkts ausmacht. Bis 2008 hofft er – sehr optimistisch – auf einen Anstieg auf elf bis zwölf Prozent.

Für Amondo sind nach eigenen Angaben 500 Nebenberufler tätig, über 4000 sollen es bei Travelnet sein, TMG gibt seine Mitarbeiterzahl mit 1000 an.

nimmt sich dagegen klein aus: nur 80. Jeder von ihnen komme auf einen Durchschnittsumsatz von 50 000 Euro im Jahr, sagt Inhaber Petra Erhorn. Sein Konzept: »Ich will nicht den, der mir drei Reisen im Jahr bringt. Sondern den, der sowieso schon im Freundes- und Bekanntenkreis Reisen organisiert, der auch schon einige gute Hotels von innen gesehen hat, ein wenig herumgekommen ist.«

Konkurrent TMG dagegen arbeitet nach dem bei Avon, Tupper und der Versicherungsbranche abgeschauten Strukturvertrieb, bei dem das Anwerben neuer Verkäufer (der Wer-

ber verdient dann an deren Provisionen mit) mindestens so wichtig ist wie der eigentliche Verkauf.

Kunden zu finden, die nicht verwandt, verschwägert oder befreundet sind, gelingt nur mit Verkaufsgeschick, Ideen und viel Einsatz: »Ich habe Zettel verteilt, das brachte gar nichts. Ich habe Werbung in der Sportvereinsbroschüre gemacht – eine einzige Reaktion, und die führte nicht mal zu einer Buchung«, sagt Petra Erhorn. »Mundpropaganda ist am besten.« Nur mit Empfehlungen und Stammkunden kann ein privater Reisevermittler auf dem Markt bestehen. Deshalb erkundigt sich Petra Erhorn bei jedem, wie ihm die Reise gefallen habe, und schickt ihm zu Weihnachten eine Karte. Und sie ist nie um eine Antwort verlegen: »Wenn ich mal etwas nicht weiß, stelle ich meine Frage einfach ins Intranet oder spreche Kollegen direkt an, von denen ich weiß, dass sie sich auskennen.« Die Nachteile des persönlichen Kontakts: »Hier auf dem Dorf muss man schon höllisch aufpassen, dass einem keine Fehler unterlaufen. Das würde einem sonst den Ruf ruinieren und alles kaputt machen, was über Jahre gewachsen ist.«

Etwa 90 Prozent der Mitarbeiter sind weiblich. Attraktiv ist die Arbeit vor allem für Frauen in der Familienphase, die einen Zusatzverdienst bei freier Zeiteinteilung suchen und Spaß am Umgang mit Menschen haben. Auf große Gewinne sollte allerdings niemand hoffen. »Wenn Sie das machen, um sich eine Existenz aufzubauen oder das Haus abzubezahlen – das können Sie vergessen«, sagt

Eine Studie unter seinen Mitarbeitern habe ergeben: »Es geht ihnen nicht primär ums Geld. Der Kontakt und das Gebrauchtwerden, das Helfenkönnen ist ihnen am wichtigsten.« Eine realistische Größe sei ein Zusatzverdienst von 300 bis 500 Euro im Monat, »Ausreißer nach oben natürlich nicht ausgeschlossen«. Die mobilen Verkäufer erhalten niedrigere Provisionen als ein Reisebüro.

Auch Amondo-Vermittlerin Petra Erhorn macht sich keine Illusionen: »Reich wird man damit nicht. Aber wir finanzieren so unseren eigenen Urlaub.«

THOMAS RÖBKE