

## Der gezähmte Hexenkessel

Fortsetzung von Seite R1

irgendwelcher Urzeiten aus dem Wasser ragen!

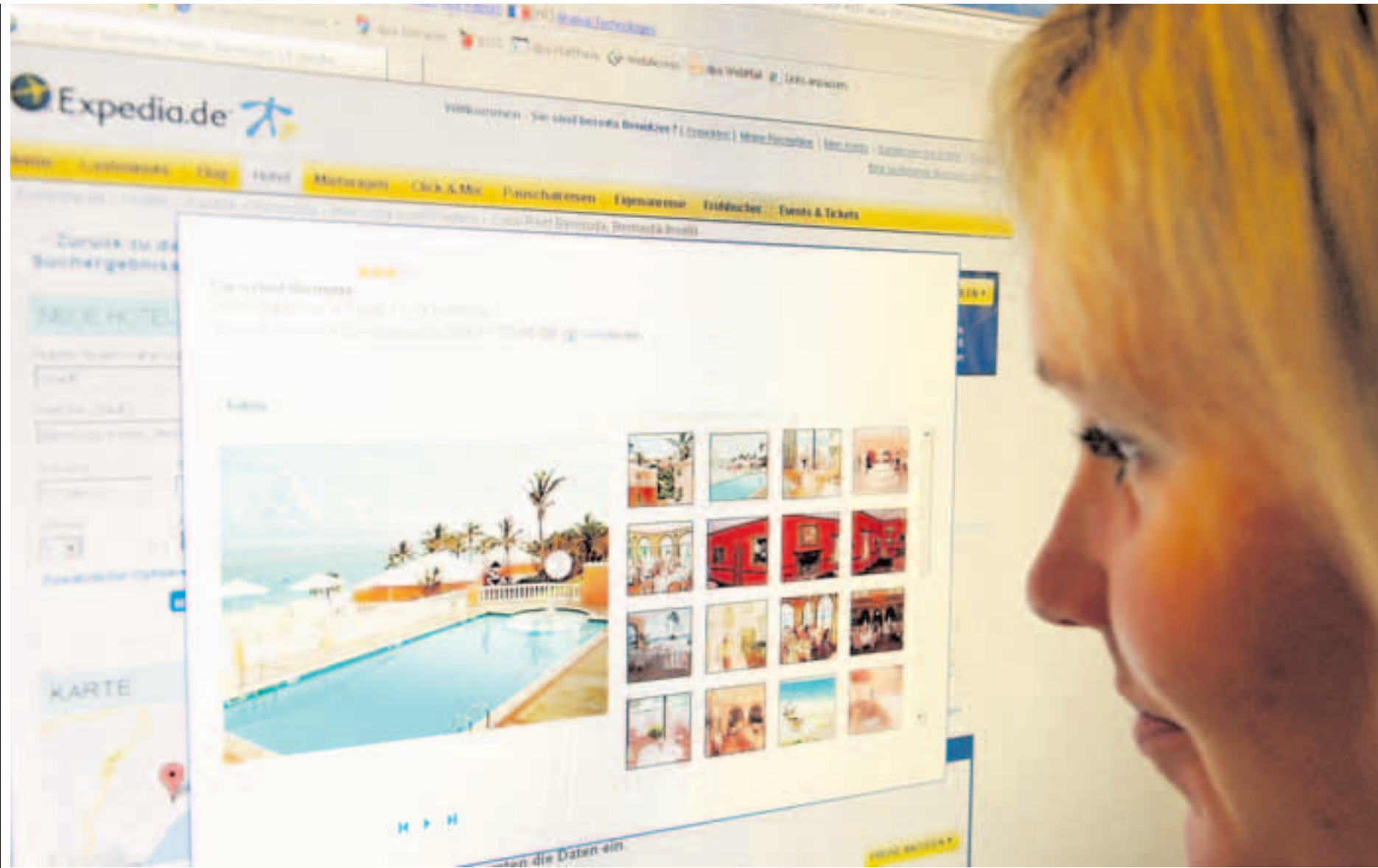
Um diese Tageszeit sind zum Glück die Passagiere der Kreuzfahrtschiffe wieder weg, die zumindest in der Hochsaison immer mal wieder den Ort überschwemmen. Tagsüber flüchten sich Ruhesuchende dann gern in die grünen Berge. Oder nehmen mit einem Boot Kurs auf eine einsamere Bucht. Auswahl gibt es schließlich genug, und überall bieten Agenturen Tagesausflüge an. Soll es nach Lopes Mendes gehen? Oder doch in die sogenannte Abenteuerbucht im Süden? Wir versuchen es mit der Lagoa Azul, der blauen Lagune, die vor der Nordspitze der Insel lockt.

Rund eine Stunde tuckert die „Aconchego“ an den Ufern der Ilha Grande entlang, wo sich die Mata Atlântica, der immergrüne Regenwald, die Berge hinaufzieht. Nur hier und da steht ein einzelnes Haus. Wie einsam es dort sein muss. Ganz anders die Stimmung an Bord: Eine Gruppe aus Rio Grande do Sul hat eine gut gefüllte Kühlbox mitgebracht und verteilt freigelegte Drinks an alle. Bald wiegen alle ihre Körper samt Fettpölsterchen, die aus den knappen Bikinis quillen, zum funkigen Sound, der aus den Lautsprecherboxen dröhnt. Nur gut, dass das Schiff bald an der Lagune Anker wirft: Dort springen alle ins Wasser, bekommen wieder einen klaren Kopf – und holen sich den richtigen Appetit fürs Mittagessen.

**Sobald der funkige Sound aus den Boxen fetzt, wiegen sich alle im Takt**

Dafür gibt es kaum ein malerischeres Fleckchen als die Bucht von Jasarip. Ein Restaurant neben dem anderen duckt sich unter Mangobäumen und Amendoeiras, den typischen Mandelbäumen. Die Beine der knallgelben Plastikstühle stehen halb im Sand, halb im Wasser. Während wir uns Moqueca de camarão – Fischeintopf mit Garnelen – schmecken lassen, verabreichen uns die Wellen des Atlantik eine kostenlose Fußwaschung. Kann das Dasein herrlicher sein?

Véronique, unsere Begleiterin, lenkt ab vom „Paradies“. Sie erzählt von Atommeilern, die bei Angra, unweit der Ilha Grande, an der Festlandküste stehen, auf nicht gerade stabilem Grund. Außerdem sorgt derzeit das Vorhaben des mächtigen Konzerns Petrobras für Unruhe, der ganz in der Nähe Rohöl zwischenlagern wolle. Andererseits seien die Umweltauflagen rund um den Naturpark der Ilha Grande aber so streng, dass einigen Familien, die vormalig von der Landwirtschaft lebten, die Existenzgrundlage entzogen wurde, sagt Véronique. Bevor sie noch weitere Missstände benennen kann, setzt die Musik wieder ein. Zum Glück. Denn so ganz möchten wir uns das Bild der Postkarteninsel nicht zerstören lassen. Zumindest jetzt nicht, wo die „Aconchego“ in Richtung Hafen schippert und die untergehende Sonne die Bucht von Abraão mit ihren Fischerbooten in die schönsten Farben taucht.



Eins, zwei drei. Online-Reisemittler machen ihr Geschäft, viele Veranstalter tun sich schwer im Netz. Das soll sich ändern, jedoch ohne das Reisebüro an der Ecke zu verärgern. Foto: dpa

# Ein Mausklick zur Qualität

Reiseveranstalter bessern nach: Wer bei ihnen im Internet bucht, soll dabei auch beraten werden

VON ANDREAS HEIMANN

Wer ein Hotelzimmer braucht oder einen Flug nach Frankfurt am Main, bucht oft gleich im Internet. Bei Pauschalreisen sieht es noch anders aus, da geht der Kunde doch lieber ins Reisebüro. Viele Veranstalter sind hin- und hergerissen, wie sie damit umgehen sollen. Tui, der Marktführer in Deutschland, will nun auch im Onlinegeschäft im großen Stil mitmischen. Tui.com ist bisher nur ein Portal mit Reiseangeboten unter vielen – und kein üppig bestücktes.

Die Palette ist ziemlich einseitig: Buchen lassen sich dort nur Reisen aus dem Hause Tui, wenn auch verschiedene Marken. Das soll nicht so bleiben. „Unser Hauptziel ist, uns stärker an den Kundenbedürfnissen auszurichten“, erklärt Kerstin Hartmann, die mit Dirk Tietz bei der Tochterfirma Tui Interactive die Geschäfte führt. Die beiden sollen das bislang eher müde Onlinegeschäft von Tui ankurbeln. Dafür soll Tui.com zu einem Marktplatz für Reisen werden – mit deutlich größerer Auswahl als bisher, inklusive Angeboten anderer Veranstalter.

Handlungsbedarf gibt es offenbar. „Die Marke Tui versauert auf einer kleinen Veranstalterplattform“, davon ist Hartmann überzeugt. Und so gut wie alle sind

sich einig, dass das Internet für den Verkauf von Reisen immer wichtiger wird. „Bisher werden allerdings vor allem einzelne Reiseleistungen wie Flüge, Hotels oder Mietwagen online gebucht“, sagt der Tourismusexperte Torsten Kirstges von der Jade-Hochschule in Wilhelmshaven. „Bei den Pauschalreisen haben sich Onlinebuchungen noch nicht durchgesetzt.“ Das hat vor allem einen Grund: „Weil die Kunden die Beratungskompetenz in den Reisebüros so schätzen.“

Hinzu kommt, dass die Pauschalreisen, die bei Buchungsplattformen wie Expedia.de zu haben sind, nach geltender Rechtslage keinen Cent günstiger sein dürfen als im Reisebüro. Wer nicht sowieso schon genau weiß, was er buchen will, nutzt deshalb lieber die Vorteile des sogenannten stationären Vertriebs. Und das ist zuallererst die Möglichkeit, ein direktes Gegenüber mit Fragen zu löchern.

„Wir wollen Online- und stationären Vertrieb verknüpfen“, erklärt Dirk Tietz. Wie soll das gehen? Mitarbeiter von Tui und von Reisebüros können sich künftig als Experten registrieren lassen und online ein Profil erstellen. Sie können Tipps schreiben, etwa über Ägyptens beste Tauchreviere oder den neuen Robinsonclub auf Kreta. Und man kann ihnen Fragen stellen – per E-Mail. Für den Anfang

sollen es einige hundert, mittelfristig mehrere tausend Experten sein, die so Rede und Antwort stehen. Wenn der Kunde dann bei dem betreffenden Reisebüro mitarbeiter bucht, hat der das Geschäft gemacht. Auch die Reisebüros können also von dem neuen Marktplatz profitieren.

Für Michael Buller, Vorstand des Verbands Internet Reisevertrieb (VIR), sind die Pläne von Tui keine Überraschung, sondern ein Anzeichen dafür, dass der Umgang mit dem Netz immer normaler wird: „Durch Ebay und Amazon haben die Leute gelernt, dass man online auch einkaufen kann.“ Tui folge diesem Trend: „Die sarkastischen Marktführer bleiben wollen, müssen wir online mehr präsent sein.“ Und ohnehin sei das alles nichts Neues, betont Mathias Brandes, Sprecher von Thomas Cook. Den Ansatz, auf einem Onlinemarktplatz Reisen mehrerer Veranstalter anzubieten, verfolgt Thomascook.de schon lange. Ausdrücklich sei es das strategische Ziel des Konzerns, den Onlineanteil bei den Buchungen zu erhöhen.

**Auf einem „Marktplatz“ mehrere Veranstalter versammeln**

Solche Pläne gibt es bei den Bausteinveranstaltern der Rewe-Touristik Der-tour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen nicht: Der Anteil der Onlinebuchungen über die eigenen Seiten im Internet liege bei gerade vier Prozent, erklärt Geschäftsführer Michael Frese – und bei zwölf Prozent, wenn alle übrigen Onlinebuchungsmöglichkeiten eingeschlossen werden. Allerdings sei das Wachstum bei den Onlinebuchungen deutlich größer als bei denen im Reisebüro.

Dass die Beratungskompetenz der klassischen Reisebüros nun mit den Möglichkeiten der Onlinewelt kombiniert werden soll, findet Buller „sehr smart“. Das 08/15-Geschäft werde sich dadurch kaum ändern. „Aber wann brauche ich Beratung? Wenn es kompliziert wird.“ Gerade bei spezielleren Themen, wenn es nicht nur um Strandurlaub geht, sei der Ansatz spannend.

Viel hänge allerdings von der Qualität der Beratung über die Experten ab, meint Kirstges. „Spezialisten etwa zum Gleitschirmfliegen in der Provence finde ich ja auch per Google. Wo ist da der große Vorteil von Tui.com?“ Die Nutzerfreundlichkeit sei entscheidend – Unübersichtlichkeit, lange Wartezeiten und technische Probleme gingen Kunden schnell auf die Nerven.

## NACHRICHTEN

### Weniger als die Hälfte plant Urlaub

Der Urlaub eines Durchschnittsdeutschen kostet 1000 Euro, allerdings will jeder Vierte lediglich maximal 500 Euro ausgeben. Das zeigt die 28. Tourismusanalyse, die alljährlich von der in Hamburg ansässigen Stiftung für Zukunftsfragen erstellt wird. Dabei werden 4000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 2011 und ihrer Reiseabsicht für 2012 befragt. Der Urlaub dauert im Schnitt 12,4 Tage, 45 Prozent der Deutschen planen in diesem Jahr eine mindestens fünftägige Reise. Elf Prozent wollen mehrmals verreisen, jeder Dritte überlegt noch, ob er überhaupt in den Urlaub fährt. Allerdings wissen auch 20 Prozent der Befragten bereits ganz genau, dass sie in diesem Jahr keine Ferienreise antreten werden. Tsp

### Bauern klagen mal nicht

Der Feld-, Wald- und Wiesenurlaub ist gefragt: Mehr als eine Milliarde Euro pro Jahr geben Touristen allein in Deutschland für Ferien auf dem Land aus. Die Zahl der Übernachtungen liegt bei rund 24 Millionen. Damit gehen sechs Prozent des Inlandtourismus auf das Konto des Landurlaubs. Für 44 Prozent der Bauern, die Fremdenzimmer vermieten, ergab die Saison 2011 eine „bessere oder viel bessere Auslastung“. Fast jeder zweite Hof ist mittlerweile an mehr als 160 Tagen ausgebucht, wie eine Umfrage unter 570 Bauern der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland zeigt. tdt

### Tunesien optimistisch

Elyas Fakhfakh hat Großes vor. „Ich würde gern die Qualität der deutschen Automobilindustrie in den tunesischen Tourismus einbringen“, sagt der frisch gewählte Tourismusminister seines Landes. Der 39-jährige Ingenieur wünscht sich, dass in diesem Jahr mindestens 500 000 Deutsche nach Tunesien reisen. Das wären dann ebenso viele wie im Jahr 2010. Zunächst spricht der Mann mit internationaler Managementfahrung mit den Veranstaltern, dann will er eine groß angelegte Werbekampagne starten. Tsp

### Hoteliere wehren sich

Weil auf Bewertungsportalen viele manipulierte Kommentare über ihre Häuser kursieren, wehren sich Deutschlands Hoteliere und installieren nun ein eigenes System. Es sei zwar kein klassisches Hotelbewertungsportal, so Fritz G. Dreesen, Vorsitzender des Hotelverbandes Deutschland (IHA). Doch eine nun entwickelte spezielle Technik erlaube Hoteliers, künftig auf ihren Internetseiten Bewertungen von Gästen einzubinden, die tatsächlich auch in ihren Häusern waren. Nur sie hätten Zugang zum Bewertungssystem. „Damit verringern wir die Abhängigkeit von Buchungs- und Bewertungsportalen und stärken nebenbei den Direktvertrieb“, sagt der Experte. Der 1300 Hotels vertretende Branchenverband fordert schon länger von den Portalen, dafür zu sorgen, dass „Falschmeldungen erst gar nicht im Netz landen“. Zudem soll endlich überprüfbar sein, was veröffentlicht ist. tdt

REISE: Sonntagsbeilage des Tagesspiegels. Redaktion: Gerd W. Seidemann

# MARRAKESCH

EINE ENERGIE, DIE SIE BEFLÜGELT

Marrakesch  
IN MAROKKO

TRAVEL FOR REAL

www.marrakech.travel