

Kundeninterview zum Projekt »Online-Reisebüro Travelkids«

1 Fragen zum Unternehmen

Bitte beschreiben Sie kurz die Entwicklung des Unternehmens

Das Reisebüro Gerke & Falter wurde 1995 von Monika Gerke und Petra Falter in Nürnberg gegründet. Wir bieten zwar alle möglichen Arten von Reisen an, ein Schwerpunkt waren von Anfang an jedoch Reisen für junge Familien mit Kindern. Inzwischen haben wir 2 Angestellte und sind in einen größeren Laden im Einkaufszentrum "City Mall" umgezogen.

Welche Geschäftsform hat das Unternehmen heute?

Es ist nach wie vor eine GbR.

Was sind die zentralen Unternehmensziele?

Die Wirtschaftsflaute der letzten Jahre hat auch bei uns zu Umsatzrückgängen geführt. Gerade junge Familien schauen zunehmend auf den Preis. Wir möchten nun mit Hilfe einer professionellen Website unseren Kundenkreis geografisch über die Region ausdehnen und unseren Umsatz steigern.

Welche langfristige Strategie verfolgt das Unternehmen?

Wir möchten langfristig unsere Kundenfiliale erhalten und in dieser neben den Familienreisen auch andere Zielgruppen bedienen. Das Internet-Portal soll die Filiale ergänzen, sich jedoch ganz auf die Zielgruppe junge Familien mit Kindern fokussieren.

Gibt es eine Unternehmensphilosophie und/oder ein zentrales Motto?

Unsere Kernphilosophie könnte man umschreiben mit "attraktive Angebote für junge Familien zu fairen Preisen". Wir verstehen uns als fairer Partner im Reisegeschäft. Wir versprechen nichts, was wir nicht halten können.

2 Fragen zum Produkt- und Dienstleistungsspektrum

Welche Produkte und Dienstleistungen bietet das Unternehmen an?

In unserer Filiale bieten wir das komplette Spektrum an Reisen an (Pauschalreisen, Kreuzfahrten, Abenteuerreisen), ein Schwerpunkt sind jedoch Reisen für junge Familien mit Kindern, z.B. Urlaub auf dem Bauernhof, familienfreundliche Hotels mit Kinderbetreuung und speziellen Angeboten für Kinder, Ausflüge in Erlebnisparks usw.

Was macht Ihre Produkte besonders oder einzigartig?

Wir sind eines von wenigen Reisebüros, die sich auf die Zielgruppe Familien mit Kindern spezialisiert haben. Wir verfügen in diesem Bereich über deutlich mehr Know-how und Kontakte zu Anbietern als andere Reisebüros.

Wie ist die Marktposition des Unternehmens?

In unserer Region sind wir eines von drei Reisebüros, die bei den Familienreisen einen Schwerpunkt haben. Wir haben uns gerade darin einen Namen gemacht und als verlässlicher Partner etabliert.

3 Fragen zur Zielgruppe

Bitte beschreiben Sie kurz die Kernzielgruppe des Unternehmens

(Junge) Familien mit Kindern. Diese Zielgruppe hat bezgl. Urlaubsreisen ganz spezifische Bedürfnisse, die wir berücksichtigen. Dazu zählen z.B.

- das Reiseziel sollte per Auto erreichbar (Familien mit Kindern müssen immer viel Gepäck mitnehmen!) und nicht zu weit weg sein.
- die Unterkunft sollte familienfreundlich gestaltet sein (z.B. eigenes Schlafzimmer für die Kinder).
- Es sollte vor Ort eine Kinderbetreuung und spezielle Freizeitaktivitäten für Kinder geben.

Wir berücksichtigen bei unseren Angeboten insbesondere spezielle Familienhotels, die auf Kinder eingestellt sind.

Gibt es weitere, sekundäre Zielgruppen? Falls ja, beschreiben Sie diese bitte ebenfalls kurz.

Wir beobachten, dass insbesondere ältere Kinder (so ab 5 Jahren) heute in die Urlaubsplanung mit einbezogen werden und viele der Kids auch schon im Web surfen (meist zusammen mit Mami oder Papi). Die Kinder gehören also neben den Eltern auch zur Zielgruppe.

4 Fragen zum Webprojekt

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit dem World Wide Web gemacht?

Wir haben eine "Web-Visitenkarte", in der aber nicht viel mehr als unsere Adresse und Telefonnummer steht. Wir bekommen darüber bisher fast nie eine Rückmeldung.

Welche Rolle spielt das Internet in Ihrer langfristigen Unternehmensstrategie?

Als regionales Reisebüro sehen wir im Internet die große Chance, unseren Kundenkreis über die Region hinaus auszudehnen und einen zunehmenden Teil des Umsatzes mit Online-Buchungen zu erwirtschaften.

Welche kurz- und mittelfristigen Ziele möchten Sie mit dem Webprojekt erreichen?

Mit einer professionellen Webpräsenz möchten wir uns als Spezial-Reisebüro für Familien einen Namen auch außerhalb der Region machen. Mittelfristig erhoffen wir uns, dass ein wesentlicher Teil des Umsatzes über Online-Buchungen erwirtschaftet werden kann.

Gibt es noch einen wichtigen Aspekt, den wir berücksichtigen sollen?

Wir haben für das Online-Portal eine neue Marke geprägt und registrieren lassen: Travelkids. Die entsprechende Domain haben wir auch schon registriert.