

Ebay der Reisebranche

Stornoferien ■ *Der Gewinner in der Kategorie »Vertrieb« gibt Reisebüros die Chance, abgesagte Reisen weiterzuverkaufen.*

Eigentlich sind sie zu dritt: Denn hinter dem Gewinner des Gründerpreises in der Kategorie »Vertrieb«, der Stornoferien GmbH mit Sitz im schweizerischen Felben-Wellhausen, steht nicht nur der Ex-Airliner Tarun Langhart, der den Preis in Empfang nahm, sondern auch Karl Suter sowie der deutsche Reisebüroinhaber Michael Frisch. Ihr Ziel: Stornogefährdete Reisen mittels »Name Change«, über ihre Webseite weiterzuvermitteln. »Im Erfolgsfall reduziert sich nicht nur der Verlust für den Stornokunden«, sagt Langhardt. »Auch das Reisebüro profitiert. Es sichert sich Provision und Umsatz«, betont er.

Viel Lob gab es denn auch von der Jury. »Machen Sie ihre Idee zu Ebay der Reisebranche«, forderte Jury-Mitglied und Studiosus-Chef Peter-Mario Kusch und bescheinigte dem Trio Nutzwert für beide Seiten: »Reisebüros und Kunden können mit Stornoferien nur gewinnen«, sagte er. Wie das mit den Veranstaltern sei, darüber sei sich das Gremium jedoch nicht so sicher gewesen.

Das System, das hinter der Geschäftsidee steht, ist einfach: Statt eine Reise sofort beim Veranstalter zu stornieren und Gebühren in Höhe von 50, 70 oder 100 Prozent des Reisepreises zu bezahlen, beauftragt der Kunde das Reisebüro, die Tour zu einem niedrigeren Preis auf die Homepage der schweizer Firma zu stellen. Stornoferien tritt dabei als Vermittler auf. Frisch kümmert sich um den deutschen Markt. Er sammelt in Reutlingen Anfragen und koordiniert Angebote. Das Reisebüro muss sich im Vorfeld über die Vertragsbedingungen des Veranstalters informieren und die Stornofristen im Blick behalten, um nicht in die nächst höhere Gebührenstufe zu rutschen. Falls niemand bis zum Ablauf der vorher bestimmten Frist die Reise haben will, informiert Stornoferien per E-Mail den Stornokunden. Findet sich jedoch ein Abnehmer, der für den verhinderten Urlauber einspringt, verringern sich für diesen seine ursprünglichen Stornokosten erheblich. Er muss jedoch 20 Prozent der Gesamtersparnis an Stornoferien bezahlen. Agenturen müssen einmalig eine Gebühr von zehn Euro berappen. YF



Langhart will auch Reisebürokooperationen für seine Geschäftsidee begeistern