

Service Reisen Giessen: Schweiz-Geschäft entwickelt sich auch 2014 wieder erfreulich

TOUR OPERATORS Nach einem guten 2013 kann Karl Heyne, Geschäftsführer des Spezialisten für Paket- und Gruppenreisen, dieses Jahr die Vorjahreszahlen halten oder leicht ausbauen.

Simon Benz

Herr Heyne, wie läuft das Bus- und Gruppenreisegeschäft 2014 in der Schweiz bislang?

Basierend auf einem starken Geschäftsjahr 2013, können wir die Anzahl der gebuchten Gruppen für 2014 halten und gegebenenfalls wieder leicht ausbauen. Für eine wirkliche Prognose ist es derzeit aber noch zu früh im Jahr.

Wie viele Kunden hat Service Reisen Giessen in der Schweiz?

In der Schweiz haben wir 200 bis 300 Kunden. Die Spanne reicht dabei von Kunden, die nur eine oder zwei Gruppenreisen pro Jahr mit uns machen, bis hin zu Kunden, die sehr viele Gruppenreisen mit uns durchführen. Für alle gilt, dass sich die Kunden aus unserem grossen Portfolio sehr unterschiedliche Ziele aussuchen.

Aus welchen Bereichen stammen denn Ihre Kunden?

Unsere Kunden sind ausschliesslich gewerbliche Gruppenreiseveranstalter. Ein Grossteil davon sind klassische Carreiseunternehmen mit eigenem Fuhrpark.

Welche Reiseziele werden von den Schweizern besonders gerne bei Ihnen gebucht?

Bei den Gruppenreisegästen sind in 2014 besonders längere und hochwertige Rundreisen gefragt. Derzeit werden bevorzugt Ziele in Grossbritannien und auf den italienischen Inseln gebucht. Auch Skandinavien und Osteuropa liegen im Trend. Verstärkt werden 2014 auch Flug/Bus-Kombinationsreisen im Mittelmeerraum nachgefragt, bei denen mehrere Reiseternine mit separater Fluganreise kombiniert werden.

Am RDA-Workshop wird Service Reisen Giessen mit einem neuen Stand präsent sein. Verraten Sie uns dazu etwas im Vorfeld?

In diesem Jahr wird es beim RDA-Workshop eine Rundum-Neuerung mit neuem Hallenkonzept geben, verbunden mit einer Zielgruppenausdehnung. Wir haben dies zum Anlass genommen, ebenfalls einen komplett neuen Stand zu kreieren, und zwar mit einer Keynote Lounge und einer Internet-Station. Am Stand gibt es bei maximal 15 Minuten kurze «Quick Talks»

in unserer Keynote Lounge mit spannenden Hintergrundinformationen zu Fachthemen und der Möglichkeit, direkt mit den Insiderprofis zu sprechen. Dazu veröffentlichen wir vor dem RDA auf www.servicereisen.de das Fachprogramm. Dazu haben wir besonders Flug- und Buskombinationen zu Tiefstpreisen dabei sowie unseren neuen Hauptkatalog für 2015, der in Optik und Design ebenfalls neu gestaltet wurde.

Für unsere Schweizer Gäste haben wir übrigens Zimmer vorgebucht, die gerne bei uns abgerufen werden können.



Karl Heyne

PRIME NEWS

>> **DER FLUGHAFEN BERN-BELP** konnte 2013 trotz des budgetierten Verlustes einen Gewinn von CHF 100 000 erwirtschaften. Die Ertragslage des Flughafens sei jedoch noch immer nicht zufriedenstellend, erklärt Beat Brechbühl, VR-Präsident der neu in Flughafen Bern AG umbenannten Berner Flughafenbetreiberin. Die Passagierzahlen und Flugbewegungen waren 2013 in Bern leicht rückläufig.

>> **AIR BERLIN** kann nun aufgrund des Codeshares mit Etihad Regional zusätzliche Ziele in Europa unter eigener AB-Flugnummer anbieten. Dazu gehören die Strecken von Zürich nach Leipzig/Halle, Verona, Linz und Düsseldorf, von Genf nach Stuttgart und Düsseldorf sowie zwischen Düsseldorf und London-Stansted. Ein Ausbau der Codeshare-Vereinbarung sei in Planung, teilt Air Berlin mit.

>> **DER SRV** hat das Commitment für den Beitritt zum Roundtable «Menschenrechte im Tourismus» unterzeichnet und bekennt sich damit zu seiner Verantwortung für die menschenrechtliche Sorgfalt. Ziel des SRV ist es, seine über 810 Mitglieder stärker für dieses Thema zu sensibilisieren und die Menschenrechtssituation in den Ländern, in denen seine Mitglieder tätig sind, stetig zu verbessern. Als nationale Kontaktstelle des Roundtables in der Schweiz wurde der Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung eingesetzt.

LEGAL MATTERS

DR. PETER KREPPER, ANWALT UND MEDIATOR

AGB: Ein weites Feld – was ist zu beachten?

Reise-Unternehmen prägen durch Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) Rechte und Pflichten ihrer Geschäftspartner (B2B) und Kunden (B2C), optimieren Betriebs-Abläufe und minimieren ihre Unternehmens-Risiken. Mustervorlagen können helfen, ersetzen indes eine sorgfältige Adaption ans spezifische Geschäft und die eigene Unternehmenskultur nicht.

BEISPIEL RECHTE UND PFLICHTEN: AGB verpflichten zur Gebühr für Beratung bei späterer Nicht-Buchung, womit einzelne Reiseveranstalter hierzulande bereits gute Erfahrungen machen. Auf die Wortwahl kommt viel an, auf Rechtskenntnis



dabei ebenso, denn: AGB sind wettbewerbsrelevant, weshalb das Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb seit Juli 2012 verschärfter richterlicher Kontrolle unterwirft. Umsichtige Reise-Unternehmen prüfen ihre AGB im Voraus auf Missbräuchlichkeit (vgl. Art. 8 UWG).

BEISPIEL BETRIEBS-ABLÄUFE:

AGB verweisen Konsumenten mit Links auf die im Internet zugänglichen Destinations-Risiken, Einreise-Bestimmungen, Gesundheitsvorsorge und alle weiteren wichtigen Informationen (wie z.B. Reiseversicherung, Mycli-

mate, CSR, Fairtrade). Sie regeln sodann das Vorgehen bei Mängelrügen mit Wirkung der Mängelrechte bei Unterlassen. Beschränkung oder Ausschluss der Haftung sind indes nur in engen rechtlichen Schranken zulässig. Verjährungsfristen können gar nicht vertraglich verändert werden – eine überbordende Anspruchshaltung einzelner Konsumenten auch nicht.

BEISPIEL UNTERNEHMENS-RISIKEN:

AGB implementieren ein Konfliktmanagement. Dieses enthält für Konsumenten mehr als den Hinweis auf den Ombudsman und beachtet auch im internationalen B2B-Verkehr die für Reise-Unternehmen heikle Gesetzeslage zu anwendbarem Recht und Gerichtsstand (dieses Thema wird in einer nächsten Kolumne erörtert). Auch die bestformulierten AGB nützen nichts, wenn sie nicht gültig vereinbart

worden sind. Der Europäische Gerichtshof hat dazu 2013 ein wegweisendes Urteil für den Online-Verkehr mit Nutzen auch für Schweizer Reise-Unternehmen gefällt. Sind Sie sicher, dass Ihre AGB mit Kunden und Geschäftspartnern wirklich Geltung erlangen?

Mit Beachtung der grundlegenden Regeln zu AGB verhilft das Kleingedruckte den Vertragspartnern zu einem guten Geschäft. Wie überall gilt auch hier: Vorsorgen statt Nachsehen. Der Formulierung und der Aufnahme von AGB in Verträge jeglicher Art gebühren Ressourcen im Management von Reise-Unternehmen.

Zum Autor: Dr. Peter Krepper (49), Zürich, praktiziert als Anwalt und Mediator sowie Ausbilder Tourismus- und Reiserecht für KMU. Zudem ist er Autor des «Handbuch Tourismusrecht – für Studium und Praxis», welches soeben in 2. Auflage erschienen ist. Bei Fragen kann man sich an pk@swisscounsel.ch wenden.