

www.busreisen24.de

# Ein neues Online-Reisebüro für Bustouristikunternehmen

Allgemein ist der Online-Reisemarkt in den letzten Jahren stark expandiert – Internet-Reisebüros wie Expedia oder Opodo sind bereits weltweit bekannt. Im Unterschied zu Flug- und Bahnreisen, die immer mehr online gebucht werden, wurden Busreisen in diesem Markt jedoch bis vor kurzem so gut wie gar nicht angeboten oder verkauft. Das liegt vor allem daran, dass Busreiseveranstalter zumeist eine lokale Klientel bedienen und ihr Angebot sich deshalb nur bedingt für einen deutschlandweiten oder gar internationalen Vertrieb eignet. Dass es auch anders geht, zeigt seit kurzem das Portal [www.busreisen24.de](http://www.busreisen24.de). Gegenüber RDA trends schildert Daniel Kocherscheidt, Geschäftsführer der Busreisen 24 KG im baden-württembergischen Wernau, wie es zur Einrichtung dieses Portals kam und welche neuen Möglichkeiten sich damit für Busreiseunternehmer ergeben.



Daniel Kocherscheidt

Die Idee zu dem Portal wurde von der seit Jahren im Busreisemarkt aktiven Werbeagentur Krüger & Kocherscheidt GbR und der Agentur Gebaeude7 aus

Düsseldorf entwickelt. Aus dem klassischen Print- und Anzeigenbereich kommend, engagierten sich die Partner auch zunehmend im Online-Marketing. Seit rund zwei Jahren bieten die Agenturen ihren Kunden die Software [www.easytourist.de](http://www.easytourist.de) an. Diese Software, die speziell für und mit Busreiseveranstaltern entwickelt wurde, ist eine kompakte Internet Booking Engine. Sie kann innerhalb von wenigen Minuten in jeden bestehenden Internetauftritt implementiert werden oder als Internetkomplettpaket inklusive CMS und Gestaltung in Auftrag gegeben werden. »Internetbucher sind Stammkunden, die »moderner« werden!« Kocherscheidts Nachfragen bei den Easytourist-Anwendern, die ihre Reisen bislang »nur« über die eigene Homepage vertreiben, haben ergeben, dass diese einen klaren Anstieg ihrer Buchungen über das Internet verzeichnen. »Manche generieren damit seit der Einführung eine Umsatzsteigerung von 33 Prozent!«

Aus der Erfahrung mit Easytourist entstand dann die Idee, das stark fragmentierte Angebot deutscher Busreiseveranstalter zu bündeln und so eine bundesweit relevante Datenbank mit aktuellen Angeboten zu entwickeln: [www.busreisen24.de](http://www.busreisen24.de). »Das Datenmodell war ja mit Easytourist schon vorhanden. Nun musste es nur auf ein Multiuser-Modell transferiert und mit einer Geodatenbank verknüpft werden, über die entsprechende Abfahrtsstellen gesucht werden können.« Innerhalb von nur wenigen Wochen seit dem Start des Portals wurden bereits einige hundert Reisen auf [www.busreisen24.de](http://www.busreisen24.de) angefragt. Gebucht werden vor allem

## Kurz-Info



Unternehmen	Busreisen 24 KG
Geschäftsführer	Daniel Kocherscheidt, Jens Wolters
Gründung	August 2007
Mitarbeiter	9
URL	<a href="http://www.busreisen24.de">www.busreisen24.de</a>

Städtetouren von Veranstaltern wie Jomotours, Rainbow-tours, Mangotours, TRD-Reisen oder Falcanbus, also überwiegend Anbieter von Jugendreisen, was aber sicher auch mit der bisherigen Angebotsstruktur zusammenhängt. Dementsprechend sind diejenigen, die über das Portal z. B. Wochenendtrips buchen, zu 80 Prozent junge Leute zwischen 20 und 30 Jahren. »Die anderen sind vor allem Senioren, die zum Teil für sich oder für ihre Enkelkinder buchen«, hat Kocherscheidt herausgefunden. Er ist sicher, dass sich die Reiseanfragen und das Buchungsaufkommen über das Busreisen-Portal noch deutlich steigert, besonders, wenn nach dem Jahreswechsel die Anbindung von Easytourist mit den neuen Programmen erfolgen wird.

Und wie wird der Internetsurfer auf das Busreiseportal aufmerksam? »Bei Google stehen wir mit »Busreisen« schon auf Platz 5. Mit unserem Infoportal [Busreiseinfos.de](http://Busreiseinfos.de) sind wir schon ein wenig länger im Web vertreten und sowohl mit dem Begriff »Busreisen« als auch mit »Busreise« bei Google auf Platz 1, 2 oder 3 – das schwankt immer ein wenig. Letztendlich ist der ganze Traffic ein Zusammenspiel aus Suchergebnissen, Verlinkungen von Partnern und konventionellem Marketing, wie zum Beispiel Pressearbeit.«

