

Schön, dass Ihr uns hier lest!

Eigentlich hat unser Gaeltacht „Katalog“ ja 3571 Seiten. Warum?

Weil wir seit Jahrzehnten schon spezifische Interessen auch speziell bedienen. Und auch das nie vollkommen.

Ferienhäuser beispielsweise: nicht jeder ist (gerne) im Internet unterwegs. Das wissen auch die anderen wie DERTour und TUI Wolters inkludieren im Printkatalog oft 20 oder (seltener) 40 / 60 Ferienhäuser.

Weil **wir** aber über 500 solcher Cottages vermitteln können, reicht es nie, die einfach „nur“ auf unsere Webseite zu stellen. Ergo haben wir einen eigenständigen Ferienhauskatalog. Seit 2012 sogar zwei: einen für die Republik – und den anderen für die wunderschönen Häuser in Nordirland. Zusammen gut 140-150 Seiten.

Oder die Boote/Kabinenkreuzer...Wir könnten es, wie andere, mit 4 Anbietern und jeweils ein, zwei Booten gut sein lassen. Statt dessen motivieren wir mit starken Texten, schönen Bildern und einem jeweils neuen Preis-Innenteil des aktuellen Jahres, auch mal eine Woche auf den vielen spannenden irischen Gewässern zu verbringen. Mit allem Drum und Dran. Schon wieder 72 Seiten für einen eigenständigen Katalog.

Dann aber ist unser Team klein. Oder sagen wir: nicht groß genug, um das alles – neben dem normalen täglichen Job – nebenher alles neu und rechtzeitig zu aktualisieren. Deshalb sind wir oft später als andere. Denn andere bringen ihr Personal nicht mal soeben schnell ein z.B. bei den vielen großen Jobs, die wir bei den 500 Days of Irish Life in Germany 2013 mit für das irland journal oder das Netzwerk Irland mit erledigen.

Andere produzieren auch keine Liste von knapp 300 irischen Pubs, in denen man noch original irische Musik und Sessions erleben kann...

Andere machen „so was nicht“, weil man kein Geld damit verdienen kann...

Wir betrachten es als Service, wie eine gute irische Fremdenverkehrszentrale.

Uns wurde schon Post „erfolgreich“ zugestellt, auf der nichts weiter stand als Irland, Schwarzer Weg, Moers.

Trotzdem – oder gerade deshalb? - führen wir als ein völlig unabhängiges, inhabergeführtes, kleines Familienunternehmen und keiner übergeordneten Konzernmutter Rechenschaft schuldendes (Veranstalter-) Reisebüro einen kleinen wie schwierigen Kampf. Gegen das Internet. Oder gegen seinen manchmal unbedachten Gebrauch.

**Unser Kampf gegen das Internet?
Oder: Wo kauft Ihr Eure Kartoffeln?**

Wir möchten (müssen) „wachsen“.
Am besten mit Euch?



Warum, bitteschön, muß Gaeltacht Irland Reisen wachsen? Und auch die anderen Moerser Unternehmungen wie beispielsweise das irland journal oder der www.irish-shop.de? Wo doch viele von uns sich der sinnvollen wie zwangsläufigen „Grenzen des Wachstums“ (Ach Gott, wie lange ist das her) eigentlich bewusst?

Vielleicht wäre Marktanteile zurückerobern richtiger? Aber von wem?

Natürlich auch von der „Konkurrenz“.

Da sind wir aber eher zurückhaltend, denn in andere, bestehende Geschäftsbeziehungen möchten wir uns eigentlich nicht einmischen, wenn Ihr da gute oder bessere Erfahrungen gemacht habt. Auch wenn wir uns dabei oft fragen: bieten andere wirklich all das an, was Ihr bei uns bekommt?

Nein, wir reden vom Internet!

Nun – wir tummeln uns ja selbst im Internet, ganz ordentlich sogar. Oft könnte man meinen, da ist eine richtig große Firma, ein kleiner Konzern gar, unterwegs – so oft, wie man über Gaeltacht Irland Reisen und Moers im World Wide Web stolpern kann. Konzern? Mitnichten. **Wir sind – und das seit bald 30 Jahren – ein ziemlich kleiner, nach wie vor inhabergeführter Familienbetrieb, mit ca. 12 Mitarbeitern, Chef vom Dienst, Azubis und Putzfeen inklusive.**

(siehe www.gaeltacht.de/wir_uber_uns)

Ist also das Internet unser großer Feind? Nein.

Es ist eher die Einstellung von vielen unserer guten Freunde, Bekannten, guten Kunden zum Internet. Noch genauer: der unbedacht-schnelle Gebrauch desselben...hier ja, dort aber nein.

Aber wie meinen wir das nur?

Vielleicht geht es Euch ja genauso wie oft auch uns?

Ich suche im Hotelportal meine Unterkunft für den Kurzurlaub oder Geschäftsstrip nach Berlin. 112 Angebote kommen auf, ich sortiere nach Preis – da: das Beispielhotel ist nicht nur preiswert, sondern liegt zentral, ist auch ganz nett. Viel Zeit hab ich jetzt auch nicht – laß uns schnell mal auf die Homepage des Hotels gehen. Schau mal – gleicher Preis! Also buche ich ganz fix auf der Original-Internetseite. Nicht bei hotel.de oder hrs.de... Pech gehabt haben dabei die Portale, Glück das Hotel: es spart 10% Provisionsangabe. Für mich als Kunden ist das egal. Darüber denke ich nicht nach.

Wäre das Hotel aber ein kleiner Familienbetrieb, der sich auf die schönsten, preiswertesten, gar „alternativen“ Unterkünfte in Berlin spezialisiert hat, tausendundeine Zusatzinformationen zur Hauptstadt bereit hielte, per Download oder zum Anfordern per Post, wäre es nicht egal.

Denn es hätte mit mir als potentiellen Kunden gerechnet, genau für mich und meine speziellen Interessen diese Angebote über die Jahre hin erstellt und immer weiter verfeinert. Und mit dem Vielfachen dieser „eingesparten“ 10% Provision ein großes Stück dieser alternativen, wichtigen, inhaltlichen Arbeit finanziert, die ja genau in meinem Interesse ist.

Hätte ich das Hotel zuvor gekannt, vielleicht, weil es mir empfohlen wurde, hätte ich es natürlich gleich direkt gebucht.

Denn ich weiß auch: HRS und Hotel.de sind keine kleinen Familienbetriebe. Denen tun die 10% entgangener Provision nicht weh... Ich lerne: ich sollte überlegen, bevor ich entscheide, wo ich etwas buche.

Anderes Beispiel: Erst kürzlich halfen wir einem Kunden aus, der seinen teuren Mantel auf einem Direktfährenschiff hatte liegen lassen. Die Suche wurde in die Wege geleitet, das Teil auch gefunden, zugesandt und alles war OK.

Nur das nicht: er hatte gar nicht bei uns, sondern direkt gebucht (und sogar teurer). Wir wissen, das war ihm gar nicht bewusst. Fähre? Kompetenz oder Problemlösung? Das können nur die Moers sein... Deshalb hat er sich an uns gewandt.

Aber diese 6 oder 9% Provision vom kleinen Umsatz (einfache Strecke, Nebensaison) fehlen uns. Und stabilisieren die Macht/den Einfluß anderer, z.B. dieser anonymen Ferryportale, die man dann wegen seines verloren gegangenen Mantels nicht einmal anschreiben kann. Je weniger Umsatz wir bei X machen, desto geringer unser Einfluß auf Preise, Tarifelemente, Merkwürdigkeiten.

Wie war das oben: hätte ich das Hotel gekannt, ich hätte es gleich direkt gebucht?

Und der mit dem auf der Fähre liegenden gelassenen Mantel – der kannte uns doch auch.

Ja, so geht das im schnellen Internet: man denkt oft gar nicht mehr drüber nach... wo man am „richtigsten“ einkauft. Internet ist aber nicht Internet. **Im Internet gibt es die gleichen Unterschiede wie im wirklichen Leben.** Viele kaufen die Kartoffeln lieber beim Bauern/Erzeuger; manche – aus Überzeugung – auch den neuen CD Player im Fachgeschäft um die Ecke. Weil der auch schon mal den alten Toaster repariert – oder einen so richtig gut, fachmännisch eben, beraten kann.

Und deshalb wünschen wir uns, dass Ihr – wenn im Netz unterwegs – erst einmal bei gaeltacht.de vorbeischaud. Aus den exakt gleichen Gründen.

Es ist die Addition all dieser Buchungen, die zu viele von Euch anderswo im Internet machen, der wir entgegenhalten wollen – und müssen.

Schön, wenn Ihr künftig auch darüber nachdenkt, bevor es zu spät ist... Danke!



Christian Ludwig

Mehr über uns im letzten Teil unserer Sparfibel.