

»Der touristische Markt ist sehr überschaubar«

Alexander Piwonski, Geschäftsführer der TAS

Verdrängungswettbewerb. Es liegt auf der Hand, dass der Markteinstieg von den Mitbewerbern kritisch beäugt wurde. »Natürlich bemerken wir MDT und beobachten die Entwicklung«, berichtet TAS-Geschäftsführer Alexander Piwonski. »Aber wir sind erfolgreich unterwegs, denn wir kennen unsere Stärken und bieten ein großes Bündel an Produkten. Wir bleiben bei unserer Stärke, dem B2B-Geschäft.« Auch Gerhard Lorkowski, Geschäftsführer von Kaera, hält sein Unternehmen für stark genug, um der neuen Konkurrenz zu trotzen. »Wir sind absolut unabhängig und agieren frei am Markt, sowohl in der Produkt- als auch in der Preisgestaltung. Wir freuen uns über einen

weiteren Makler, dazu sind wir gut genug etabliert.« Beide sind davon überzeugt, dass es nicht mehr genügt, nur Versicherungsleistungen zu verkaufen. »Wir müssen Geschäftsfelder drumherum erschließen, daran arbeiten wir auch bereits«, sagt Piwonski. Lorkowski will die Versicherungsprodukte durch Elemente wie die Online-Schulung »Ecademy« anreichern.

Sämtliche Makler sind zuversichtlich, dass nun kein weiterer Anbieter den Schritt ins Reisegeschäft wagen werde. »Die Touristik ist sehr überschaubar. Ich kann mir nicht vorstellen, dass nach der Finanzmarktkrise ein neuer Akteur einsteigen wird«, erklärt TAS-Chef Piwonski. Diese Einschätzung teilt auch Ulrich Schwan-

beck, Leiter Vertrieb bei der Union Reiseversicherung: »Es gab auch in der Vergangenheit immer wieder Versuche von Versicherern, wie zum Beispiel der AIG, in den Markt einzusteigen. Ob die R&V mit MDT ein langfristiges Ziel verfolgt, wird die Zukunft zeigen.«

Für Piwonski und alle anderen Mitspieler ist dennoch klar, dass sich ein Verdrängungswettbewerb ankündigt: »Der Markt ist definiert. Wichtig ist es daher, qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen mit entsprechender Beratung der touristischen Kunden anzubieten.« Immerhin ist MDT von den nackten Zahlen her ein beeindruckender Start gelungen. Ein gutes halbes Jahr nach der Gründung ist für das Jahr 2009 ein Umsatzvolumen von 24 Millionen abgesichert. Zu den Kunden gehören 123 Veranstalter, unter anderem Schauinsland und Alltours, sowie rund 50 Reisebüros.

Wolfram Marx

www.tas-ass.de

www.mdt24.de

www.kaera-makler.de