



Was sind frische Ideen für die Belebung der Lockdown-gebeutelten Innenstädte? Wie kann man dem Bedürfnis der Menschen nach Befriedigung des Reisebedürfnisses am Besten nachkommen? Diese Fragen hat sich das Team der TVG Touristik gestellt und ein Konzept mit viel Synergiepotenzial entwickelt: Die Pop up Reisetraum Manufakturen!

In China schreibt man das Wort „Krise“ mit zwei Schriftzeichen. Das eine bedeutet „Furcht“ oder „Gefahr“, das andere „wichtiger Moment“ oder „Gelegenheit“. Passender könnte es im Fall der Corona-Krise gar nicht sein, hört man doch von vielen Seiten in der Wirtschaft, man müsse in der Krise nur jetzt einfach die Chance erkennen und alles wird gut. Dieser sicher richtige Rat scheint aber weit weg vom Alltag, wenn der Kostendruck der Einzelhändler von Monat zu Monat steigt: Sie können zwar im Lockdown nichts verkaufen, müssen aber dennoch die hohen Nebenkosten ihrer Läden in 1A-Lage decken. Selbst wenn der Lockdown aufgehoben wird, ist nicht absehbar, wie schnell sich die Fußgängerzonen und die Einkaufszentren wieder so füllen, wie vor Covid-19. Wie also die nächsten Wochen und Monate planen?

Die Chance: Pop-Up-Stores. Egal, ob ich Ladenbesitzer mit Leerstand oder Ladenmieter mit ausreichend großer Verkaufsfläche bin und die Mietsituation kurzzeitig entspannen muss -

die temporären Untermieter sind eine Entlastung auf ganzer Linie. Bleibt nur noch die Frage, wie man in der aktuellen Phase Partner findet, die ein Pop-Up-Store öffnen wollen. Die Antwort: Die Pop up Reisetraum Manufakturen der TVG.

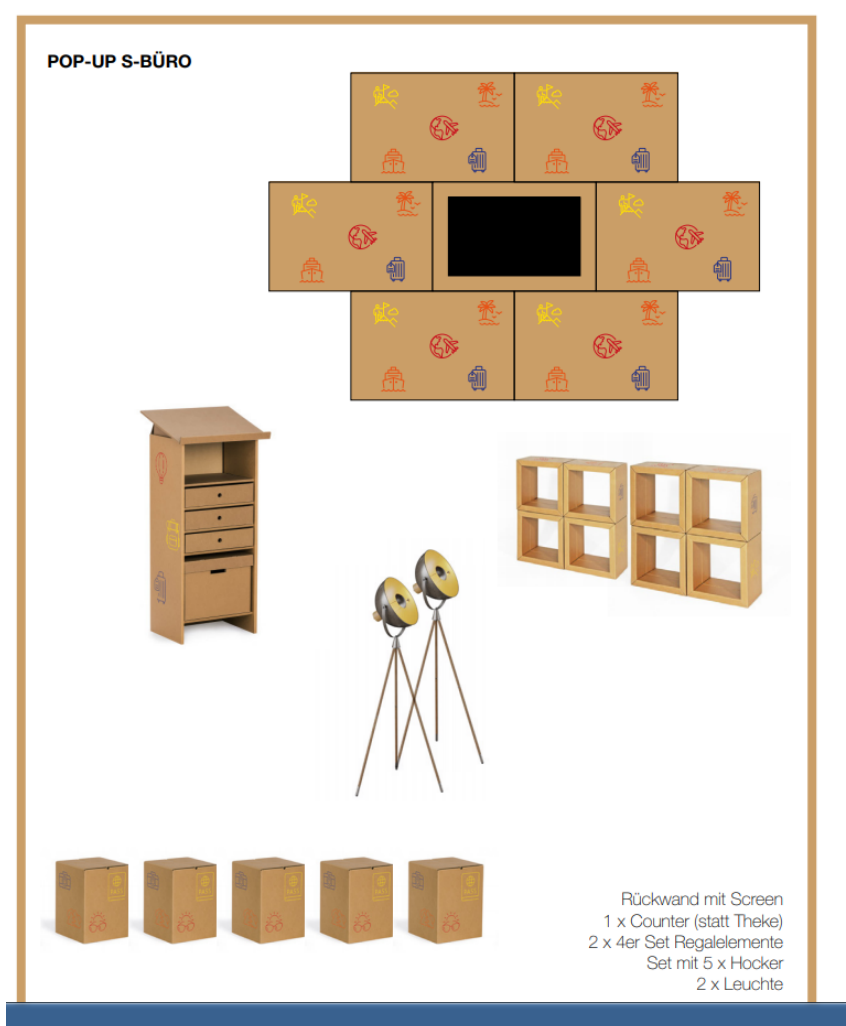


Die TVG ist ein Franchisesystem mit den Marken sonnenklar.TV Reisebüro und 5vorFlug Reisebüro als bekannteste Vertreter. Deutschlandweit zählen rund 270 Büros zur TVG. „Aktuell steht die Reisebranche noch ziemlich still“, erklärt Managing Director der TVG, Birgit Aust. „Aber die Zeit, wieder verreisen zu können, wird kommen. Und die Menschen sehnen sich nach Urlaub, mal wieder rauszukommen, einen Szenewechsel. Wir erwarten daher, sobald es die Entwicklungen der Pandemie zulassen, eine enorme Buchungswelle, für die wir uns beziehungsweise unsere Büros jetzt vorbereiten. Dafür haben wir Pop-Up-Stores entworfen, die ab Juni 2021 auf den Markt kommen werden.“

Pop up Reisetraum Manufaktur im modernen Coffee-Shop-Style

Designt im urban City-Chic stehen drei Pakete - Größe S, M und L - der TVG Pop-Up-Stores im Branding von sonnenklar.TV Reisebüros oder 5vorFlug Reisebüros zur Auswahl. Die Möbel, vom Empfangscounter über Stühle, Barhocker oder Hochtische bis zu

Produktwänden, in denen TV-Screens verbaut sind, bestehen dabei aus Kosten- und Umweltgründen ausschließlich aus stabiler Pappe. Dadurch ist auch Transport, Aufbau und Abbau jederzeit schnell möglich. „Das S-Paket, das aus 5 verschiedenen Elementen besteht, reicht etwa für eine Ladenfläche von etwa 30 Quadratmetern aus, das L-Paket erstreckt sich bei einem deutlich größerem Inventar an Möbeln auf etwa 100 Quadratmeter“, erklärt Birgit Aust. „Wir können uns damit individuell auf jedes Größenverhältnis einstellen. Falls man sich die Ladenfläche teilt, sorgen wir mit unseren Video-Screens für zusätzliche Aufmerksamkeit bei der Laufkundschaft – schließlich ziehen Bewegtbilder immer den Fokus auf sich und schöne, inspirierende Reise-Impressionen gerade in diesen Zeiten sogar noch einmal mehr. Beste Basis für eine Partnerschaft auf Augenhöhe, sowohl für denjenigen, der die Ladenfläche zur Verfügung stellt, als auch für unsere Reisebüros.“



Die Mietdauer der Pop-Up-Stores ist auf drei bis sechs Monate begrenzt, eine Zeit, die nach Einschätzung der Geschäftsführerin für die zu erwartende Buchungswelle gut ausreichen sollte. „Egal, ob ich bereits ein erfolgreiches Reisebüro führe und meine Kapazitäten für den Nachfrageanstieg verstärken möchte oder ob ich die Chance nutzen will, um mich erstmals mit einem eigenen Büro zu verwirklichen, die Pop-Up-Stores sind eine optimale Möglichkeit, um kurzfristig schnell reagieren und sich mit einem Partner in guter Verkaufslage gemeinsam am Markt halten und behaupten zu können.“ Was noch zu erwähnen ist: Interessant ist der PopUp auch für eine Shop in Shop Lösung, die besonders zu genuss- und erlebnisorientierten Sortimenten passt.

Perspektive über Corona hinaus

Generell werden die Pop-Up-Stores langfristig im Angebot bei der TVG bleiben und zum Beispiel auch als Basis für neue Arbeitsmodelle dienen. „Vielleicht ergeben sich Arrangements mit anderen Ladenbesitzern, die ihre Flächen auch nur saisonal benötigen, wie es etwa bei vielen Eisdielen der Fall ist“, überlegt Aust. „Mit unserem unkomplizierten Ausstattungskonzept könnten Reiseprofis hier in den Wintermonaten ein stationäres Büro beziehen und für den Rest des Jahres digital erreichbar von ihrem Zweitwohnsitz aus irgendwo auf der Welt unter Palmen arbeiten. Die Ladenfläche ist so dauerhaft das ganze Jahr hindurch belegt.“



Kontakt

Wer Interesse an einer Partnerschaft hat und entsprechende Ladenfläche für ein Pop-Up-Store der TVG bereitstellen kann, erhält sehr gern weitere Infos zum Konzept der TVG. Ansprechpartner für Rückfragen ist Cornelia Koch, Kontaktdaten: cornelia.koch@fti.de, +49 89 -25251825

