

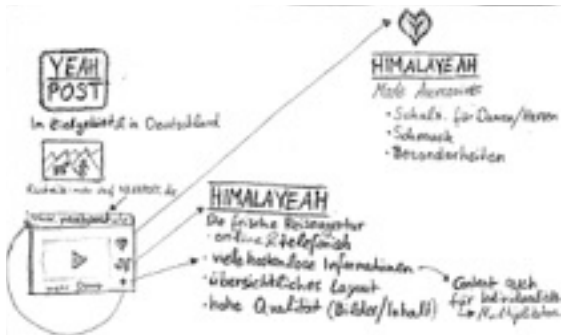
## HIMALAYEAH.de - Die junge Agentur für frische Reisen

HIMALAYEAH, ein Name der den Namen der Gebirgskette so faszinierend widerspiegelt verbunden mit dem Begeisterung-Ruf des 21. Jahrhunderts "yeah". Der Name soll ausdrücken, dass es neben der atemberaubenden Natur noch einen weiteren YEAH-Effekt gibt: die Kulturen, die Stimmung und vor allem die Menschen!

Wir, Anton Förster, Andrer Drewer wollen junge bewusste Deutsche zu Erlebnis-Reisen in die Himalaya-Regionen: Ladakh, Sikkim, Nepal und Bhutan inspirieren und ihnen bei der Umsetzung ihrer Reisen mit unserer Erfahrung als HIMALAYEAH-Online-Reiseagentur, HIMALAYEAH.de zur Seite stehen. Durch unsere YEAHPOST-Postkarten, die besondere Menschen und Szenen im Himalaya zeigen und zu denen es die Lebensgeschichte, Kurzfilme und Video-Interviews im Internet auf yeahpost.de gibt, werden sowohl die Käufer in Deutschland und im Ausland, als auch die deutschen Empfänger der YEAHPOST-Postkarten aus dem Himalaya, vom Himalaya inspiriert. Durch die strategische Positionierung der HIMALAYEAH-Reiseagentur auf yeahpost.de können die Empfänger und Käufer der Postkarte, direkt unser Himalaya-Reiseangebot finden und durchstöbern. Dort gibt es weitere spannende Geschichten und nützliche Informationen online zu lesen und man bekommt einen guten Eindruck von der Region. Wenn die Besucher die Faszination packt können sie über unser Online-Reisebüro ihre Erlebnis-Reisepakete für das Himalaya zusammenstellen und buchen. Alle unsere Reisepakete sind von uns überprüft und richten sich an ein junges bewusstes Publikum. Wir kennen die Reiseveranstalter und Hoteliers persönlich, alle Angebote werden realistisch beworben, wir legen bei der Auswahl des Reiseangebots viel Wert auf eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Himalaya und können so eine authentische Empfehlung aussprechen. Ebenfalls ist auf yeahpost.de ein Hinweis auf hochwertige Himalayeah-Mode-Accessoires, die die Interessenten in unserem HIMALAYEAH-Online-Shop bekommen.

Das Besondere an unserem HIMALAYEAH unternehmen ist die Frische. Wir richten uns an eine junge Zielgruppe, Studenten, Auszubildende und Young Professionals. Durch unser Aktiv-Reisen und Erlebnisreisen Angebot, welches viel Wert auf hohe Qualität und eine nachhaltige Entwicklung legt, ohne dabei langweilig zu wirken, werden unsere Reisen auch für unsere Zielgruppe interessant. Durch das Zusammenspiel unserer YEAHPOST-Postkarten, dem frei zugänglichen Informationen auf HIMALAYEAH.de und dem Onlineshop wird es uns gelingen, das Vertrauen auch von Individualisten zu gewinnen, die ihre begeisterten Freunde mit weniger Reiseerfahrung an uns empfehlen.

Ängste und Planungsscheu werden sie nicht davon abhalten in den Himalaya zu reisen, denn wir stehen ihnen online und telefonisch mit unserer Erfahrung zur Seite und bieten ihnen eine unkomplizierte, kompetente, frische Reiseberatung und Planung an.



## **HIMALAYEAH.de - Die junge Agentur für frische Reisen**

Unser Netzwerk zu verschiedenen Reiseveranstaltern ist bei mehrere Indienaufenthalte entstanden und wächst immer weiter. Andrea Drewer reist seit 2012 durch Asien und lebt seit März 2015 in Kathmandu, dort arbeitet sie für eine Organisation Namens: "BIA" (Bodhisatvas in Action). Seit 2009 habe ich, Anton Förster das Himalaya bereits drei mal besucht. Durch die Freundschaften zu Einheimischen ließ sich schnell ein Netzwerk aufbauen, sodass wir bis jetzt hochwertige Reisen in den Bereichen Kulturreise, Trekking, Trekking mit Kindern, Motorrad-Touren (Individuell/Geführt), Rafting, Wildwasser-Kayaking und Klettern anbieten können. Dieses Netzwerk soll noch erweitert werden. Anderer Drewer hat Erfahrung in der Modebranche gesammelt und ihr Netzwerk in Deutschland beinhaltet mehrere Designer. Somit ist sie die Expertin für die Zusammenstellung und den Einkauf von Mode-Accessoires für unseren HIMALAYEAH-Onlinehop. Durch ihre fundierten Reisekenntnisse weiß sie worauf es bei Erlebnisreisen ankommt. Des weiteren hat Andrea eine gute Menschenkenntnis und kann die Trends in ihrem Umfeld erkennen. Ich studiere seit 2013 Freizeit- und Tourismusmanagement an der Fachhochschule Stralsund. Das in den ersten 4. Semestern gesammelte Wissen ist ein Baustein für die Entwicklung des Unternehmens, denn so kann ich den Markt einschätzen und kenne die Strukturen und die Sprache der Tourismusbranche. Aber besonders die Menschenkenntnisse und der respektvolle und offene Umgang mit allen Beteiligten wird dazu beitragen das Netzwerk noch weiter auszubauen. Für alle spezifischen betriebswirtschaftlichen Anforderungen gibt es inzwischen Komponentenlösung und Experten auf deren Wissen wir zurückgreifen wollen. Unser Reisebüro wollen wir zusammen mit Susanne Skowno gründen. Denn sie führt bereits seit 2008 ein eigene Reiseagentur und sie hat zuvor mehrere Jahre für einen großen Reiseveranstalter gearbeitet. Sie ist ausgebildete Tourismus-Fachfrau. Mit unserem Kontakten zur BIA-Organisation und zu der Tibetlerin Tsering Paldon, können wir qualitativ hochwertige Produkte von Indien aus nach Deutschland importieren.

Mit Günne Wolff, Geschäftsführer der LIVING Design GmbH aus Braunschweig konnten wir einen Mentor gewinnen, der uns mit seiner Erfahrung als Unternehmer, Kommunikationsexperte und Mit-Herausgeber des LIVING Magazins bei Fragen und Problemen zur Seite steht. Zu den Referenzen der LIVING Design GmbH zählt unter anderen die Familotel AG, die Invitel GmbH und die Porsche Design GmbH.

Unsere Reisegäste sind interessiert an fremden Kulturen und wollen Orte, Momente und Menschen erleben und treffen, die einzigartig sind. Sie sind neugierig und aufgeschlossen. Sie hinterfragen aber auch kritisch und legen viel Wert auf die nachhaltige Entwicklung. Sie stehen im Berufsleben. Menschen mit einer Begeisterung für eine Reiseart bei der man den Einmischen auf Augenhöhe begegnet und sie näher kennenlernen sind die Richtigen für das HIMALAYEAH-Reiseangebot. Auf Authentizität wird bei HIMALAYEAH besonders geachtet. Das gilt nicht nur für die Reiseangebote sondern auch für die Kunden. Deshalb werden Reisende, die einen Bucketlist-Lifestyle-Tourismus betreiben wollen und sich deshalb nicht auf die Kulturen einlassen können mit HIMALAYEAH nicht die richtige Anlaufstelle finden. Die Reiseinteressierten sind zwischen 25 und 35 Jahre alt und verdienen etwas 1400€ monatlich. Sie sind zumeist singles oder junge Paare. Ihr Wunsch ist ein glückliches bedeutsames Leben zu führen, deshalb sind sie auch auf der Suche nach authentischen, bedeutsamen und sinnvollen Momenten. Sie brauchen Inspiration um ihre Individualität prägen. Einzigartige Momente helfen ihnen dabei sich glücklich zu fühlen.

Wir wollen unsere Kunden vor allem im Internet auf uns aufmerksam machen. Für den engen Austausch steht ihnen das Internet und unser telefonische Auskunft und Planungshilfe zur Verfügung. Hochwertiger spannender Content wird so dem interessierten Publikum zur Verfügung gestellt, dass auch individuelle Reisende spannende und nützliche Artikel auf unseren Seiten finden. Aber es sollen auch die HIMALAYEAH-Reiseangebote stilistisch ansprechend auf unserer Website beworben werden. Über Social-Media wollen wir den Kontakt zu den Kunden halten. Um neue Kunden zu gewinnen sollen unsere "yeahpost"-Postkarten sowohl in den Zielgebieten als auch in Deutschland zum Verkauf bereit liegen. Das Besondere an der "yeahpost" ist, dass die Empfänger auf eine Seite hingewiesen werden, die zu dem jeweiligen Postkartenbild weitere spannende Informationen beinhaltet. Zum Beispiel passend zum Foto eines Schneebedeckten Gipfels, die Story des 72 jährigen Bergsteigers Sonam Wangyal, der erzählt wie er ein Yeti gesehen oder das Portrait eines Jungen Ladakhis, Himalaya-Region in Westindien, mit traditioneller Kleidung auf der Postkarte, und einem Video online, bei dem dieser Erklärt, welche Funktion die Kleidung hat.

Mit 8.000 Euro Gesamtkapital soll das Vorhaben umgesetzt werden. So könnten wir die künstlerische Ausarbeitung der Postkartenidee und die Entwicklung unserer Websites yeahpost.de und himalayeah.de professionell vorantreiben. Durch die Positionierung des HIMALAYEAH-Onlineshops können bereits erste Einnahmen genutzt werden um weitere Beiträge für die Websites und die Social-Media Kanäle zu finden und zu gestalten. Die Einnahmen aus dem Onlinehop (1000€), aus den Provisionen für die gebuchten Reisen (9000€) sollen im ersten Geschäftsjahr, 2016 bei 10.000€ liegen. Mit dem Verkauf von etwa 500 Reisen im Jahr 2017 können wir Einnahmen von 54.000€ erzielen. Da wir für die Himalaya-Regionen uns ein

nachhaltiges Wachstum wünschen, werden unsere Marketingmaßnahmen sich auf die oben genannte Zielgruppe beschränken.

Im ersten Jahr werden wir weitestgehend auf unser Netzwerk zurückgreifen und selbstständig an der Umsetzung, Online-Inhalte-Gestaltung und im Vertrieb arbeiten. Im zweiten Geschäftsjahr soll es Unterstützung für die Reiseagentur bei der Beratung und den Buchungen geben. Deshalb wollen wir in unserem HIMALAYEAH Reisebüro eine weitere Tourismusfachkraft einstellen. Die Zusammenarbeit mit einem professionellen Webdesignern für unser Online-Angebot wird bereits im ersten Geschäftsjahr notwendig. Um langfristig den nahen Kontakt zu den Kunden zu halten werden wir immer genügend geschulten Kundenservice anbieten.

Wir haben bereits damit begonnen spannende Geschichten aus dem Himalaya für unsere yeahpost zu sammeln. Diese wollen wir ausarbeiten, sodass wir Anfang Februar mit dem Verkauf der yeahpost in Deutschland beginnen können. Zeitgleich soll auch unsere Reiseagentur mit seinem HIMALAYEAH-Reiseangebot und vielen hilfreichen Informationen online gehen und telefonisch erreichbar sein. Die Vorbereitung für unseren Onlineshop laufen derzeit auf Hochtouren. Wir starten im November mit einer deutschlandweiten Paschmina-Kampagne, die die beste Qualität zum niedrigsten Preis sowie eine Lieferung bis zu einer Woche vor Weihnachten verspricht.

Nach 3 Jahren wollen wir als der bekannteste und am meisten geschätzte Reise-Experte für Erlebnisreisen in den HIMALAYA deutschlandweit sein. Ein Kult um unsere Marke HIMALAYEAH entsteht, der sowohl die Reisenden als auch die Gastgeber fasziniert und sie zur Identifikation mit HIMALAYEAH bewegt. HIMALAYEAH steht für Beständigkeit und verfällt nicht dem Massentourismus. Wir wollen eine deutschlandweit bekannte, anerkannte Marke formen, die bei unseren Lesern, Kunden und Partner für Vertrauen, Authentizität und Erfolg steht. Wir wollen die kritische Mengen 10,000 Buchungen bereits im 3. Geschäftsjahr, im Jahr 2019 erreicht haben.

So wollen wir genügend Überschüsse erzielen um Schulungsprogramme für unqualifizierte, verarmte Menschen, die es vermehrt auch aus Indien in die Region treibt, zu schaffen, dadurch können sie selbstständig ihren Lebensunterhalt verdienen und besser für ihre Kinder sorgen. So unterstützen wir mit unseren Gewinnen die nachhaltige Entwicklung der Himalaya-Region. Des weiteren will ich ein Soziales-Netzwerk in den jeweiligen Zielgebieten aufbauen, welches einen Austausch zwischen den Reisenden und den Einheimischen zulässt, sodass man sich zu gegebenen Anlässen verabreden kann, um zum Beispiel Englisch zu lernen und um sich Stadt aus den Augen eines Einheimischen zu erleben.

Die Idee muss umgesetzt werden und bei dieser Umsetzung kommen viele Schritte zusammen die erfolgreich fusioniert werden müssen. Nur die starke Motivation und der Willen die Marke auf dem Markt zu etablieren wird die Idee umsetzbar machen. Es Bedarf also Idealismus, Ausdauer und Teamwork-Kompetenz. Aktuelle Trends und Ereignisse können den Focus unserer Zielgruppe von der Region abwenden. Wirtschaftliche Krisen könnten zu einer verringerten Nachfrage an Erlebnisreisen führen. Regionale, religiöse, naturelle oder politische Unruhen sowie internationale Konflikte zwischen China, Indien und Pakistan könnten zu einer Reisewarnung für den Himalaya führen. Dies könnte die Nachfrage an Reisen hemmen.

Aber es bestehen auch Risiken in Hinsicht auf die nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Himalaya. Während zur Zeit die Besucherzahlen von internationalen Touristen stagnieren, steigt die Zahl der indischen Touristen. Deshalb entstehen immer größere Hotelkomplexe, die eine Subkultur mit sich bringen und das kulturelle Zusammenleben vor Ort hemmt. Dadurch kann die Region an Attraktivität verlieren und sein Geheimtip-Charakter geschwächt werden. Deshalb werden wir besonders auf die nachhaltige Entwicklung besonders im Umgang mit den Einheimischen achten.

Unser Vorhaben unterstützt die Himalaya-Regionen Ladakh, Sikkim, Nepal und Bhutan. Denn die Anzahl internationaler Toursits ist durch mehrere Naturkatastrophen, zuletzt dem starken Erdbeben in Nepal deutlich zurück gegangen. Jetzt wo die Touristen fehlen bemerken viele Einheimische wie wichtig die internationalen bewussten Touristen für die Entwicklung der Regionen sind. Des weiteren unterstützen wir die Organisation BIA ihre Produkte in Deutschland über unseren Onlineshop zu vertreiben und somit ihre Tätigkeit fortzuführen und noch mehr für die Menschen vor Ort zu tun.

Der Zweck für die Käufer unserer yeahpost-Postkarten ist die Inspiration für ein glücklicheres, bedeutsameres Leben. Kreativ ausgearbeitete, bedeutungsvolle Sprüche erwecken das Interesse am Reisen in den Himalaya. Wir werden so zur Verbindungsbrücke zu den Menschen aus diesen Regionen ohne dabei als Helfer uns zu präsentieren. Wir begegnen uns auf Augenhöhe und das wollen wir auch für die Reisenden.

Das Zusammenspiel von üblicher Wissenslust und der Inspiration hin zur Reise macht unsere Idee einzigartig. Wir bringen den Menschen einen Mehrwert in ihr Leben, indem wir ihnen spannende Menschen aus dem Himalaya vorstellen und ihnen die atemberaubende Landschaft zeigen, dann verspüren sie das Bedürfnis den Himalaya live zu erleben und wir bieten Ihnen mit unseren Produkten im Onlineshop und mit unserer HIMALAYEAH-Reiseangebot eine Möglichkeit die entstanden Wünsche zu befrieden. Da wir uns ausschließlich auf den Himalaya konzentrieren können wir eine Expertise ausstrahlen, die bei unseren Kunden zu mehr Vertrauen führt. Gegenüber anderen Agenturen, die sich auf den Himalaya spezialisiert haben, richten wir uns an ein eher jüngeres Publikum.

### **Der Service**

Wir faszinieren die Menschen zum Reisen in den Himalaya und helfen ihnen dabei ihre Reise erlebnisreich und angenehm zu planen und zu gestalten. Wir sind eine Reiseagentur welche sich speziell auf die Region Himalaya spezialisiert. Unsere Leistung ist die Ausarbeitung von spannenden Reisepaketen und die Vermittlung der Buchenden an ihre Gastgeber. Wir bereiten die Reisenden optimal auf die Reise vor und sind mit ihnen im engen Austausch.

Unsere Expertise im Bereich Erlebnisreisen im Himalaya ist groß. Deshalb trauen wir uns die Besonderheiten des Himalaya unseren deutschen Lesern jung und frisch zu präsentieren. Unserer Netzwerk zu jungen einheimischen Sportlern, Unternehmern und Reiseführern in den Ziel-Regionen, sowie unser Angebot an sportlichen Aktivitäten ist einzigartig. Wir sind die einzige Reiseagentur, die durch ein soziales Netzwerk in den Zielgebieten, die unabhängige Verabredung mit Einheimischen zulässt.

### **Entwicklungsstand**

Unsere Reisevermittlung wird ab Februar online gehen, wir werden bereit sein telefonisch oder via E-Mail die Fragen der Interessierten zu bearbeiten und Buchungen durchzuführen.

Die grundlegenden Information der regionalen Reiseveranstalter sind eingeholt und nun wollen wir zusammen mit den Veranstaltern Reisepakete entwickeln, die den Anforderungen deutscher junger Touristen entsprechen. Für unsere yeahpost-Postkarten sind Inhalte für fünf Postkarten recherchiert. Die Bilder, Interviews und Informationen müssen jetzt zu Online-Artikeln weiterverarbeitet werden.

Für die Gestaltung des Online-Layouts und der Postkarten brauchen wir noch ein Budget von zirka 2500€. So können wir unserer Grafikerin, Catja Drewer eine Kinderbetreuung für ihre Tochter und neue Technik sowie Software zur Arbeit am Magazin zur Verfügung stellen. Für die Verlegung unsere Postkarten brauchen einen Verlag oder uns gelingt selbstständig die Distribution der Postkarten zu koordinieren. Wir brauchen also Läden, in den sich unsere Zielgruppe aufhält und die bereit sind unsere Postkarten auszustellen und zu verkaufen. Es bedarf der Gründung der HIMALAYEAH Reiseagentur. Gesetzlich bedeutet dies:

- Die Anmeldung der HIMALAYEAH GbR dient als Grundlage für die Zusammenarbeit mit allen Beteiligten.
- Die Anmeldung der Marken HIMALAYEAH und YEAHPOST muss beim Deutschen Patent- und Markenschutz Amt erfolgen, um nachhaltig in die Marken investieren zu können.

### **Unsere Kunden**

Unsere Reisegäste sind interessiert an fremden Kulturen und wollen Orte, Momente und Menschen erleben und treffen, die einzigartig sind. Sie sind neugierig und aufgeschlossen. Sie hinterfragen aber auch kritisch und legen viel Wert auf die nachhaltige Entwicklung. Sie stehen im Berufsleben. Menschen mit einer Begeisterung für eine Reiseart bei der man den Einmischen auf Augenhöhe begegnet und sie näher kennenlernen sind die Richtigen für das HIMALAYEAH-Reiseangebot. Auf Authentizität wird bei HIMALAYEAH besonders geachtet. Das gilt nicht nur für die Reiseangebote sondern auch für die Kunden. Deshalb werden Reisende, die einen Bucketlist-Lifestyle-Tourismus betreiben wollen und sich deshalb nicht auf die Kulturen einlassen können mit HIMALAYEAH nicht die richtige Anlaufstelle finden. Die Reiseinteressierten sind zwischen 25 und 35 Jahre alt und verdienen etwas 1400€ monatlich. Sie sind zumeist singles oder junge Paare. Ihr Wunsch ist ein glückliches bedeutsames Leben zu führen, deshalb sind sie auch auf der Suche nach authentischen, bedeutsamen und sinnvollen Momenten. Sie brauchen Inspiration um ihre Individualität prägen. Einzigartige Momente helfen ihnen dabei sich glücklich zu schätzen.

Unsere Kunden sind bewusst lebende, interessierte, junge Menschen, die offen sind für vieles Neues. Sie sind auch kritisch und achten deshalb vor allem auf Authentizität. Sie sind bereits sport- und naturbegeistert und verspüren Abenteuerlust. Wir richten uns an Berufseinsteiger und Young Professionals. Sie verdienen monatlich zwischen 1200 und 2200€ netto. Sie nehmen sich ca. 14 Tage für eine Reise und suchen auch aktiv nach Möglichkeiten zum verreisen. Dafür lassen sie sich inspirieren. Ihr Wunsch ist es etwas ganz Besonderes zu machen. Sie wollen die Menschen vor Ort kennenlernen und etwas unternehmen. Sie wollen möglichst eine genaue Planung haben, da sie Perfektionisten sind. Spontaneität ist aber auch wichtig für sie. Sie beschäftigen sich viel mit der Frage nach dem Sinn des Lebens und alles sich von vielseitig inspirieren.

Die meisten sind singles aber nicht interessiert an der aktiven Suche nach einem Partner. Sie tauschen sich gerne aus, kommen leicht ins Gespräch mit anderen und sind gerne unterwegs.

Die jungen Kunden halten sich in Bio-, Outdoor- und Sportläden sowie in Sportvereinen auf. Sie gehen auch ab und zu feiern. Sie schauen gerne Serien online und überfliegen auch die lokale kostenlose Zeitung. Bei Facebook sind sie unregelmäßig und nur zeitweise Aktiv. Sie lesen gerne Bücher und bilden sich gerne fort.

Wir rechnen mit dem Verkauf von 200 Reisen im Jahr 2016. Bei einer Provision von 10% können wir Einnahmen von 9,000€ erzielen. Bereits 2017 soll die Anzahl der Buchungen auf 1000 steigen. Mitt einer durchschnittlichen Provision von 11% pro Reise und einem durchschnittlichen Reisepreisvolumen von 550€ exklusive der Flugkosten, wollen wir 25,000€ Einnahmen erzielen. Sobald wir jährlich mehr als 5000 Buchungen verzeichnen sind bis zu 250,000€ Einnahmen jährlich möglich. Bei den Erträgen aus dem Geschäft mit der Vermittlung von Reisen habe ich zur Berechnung der Einnahmen ausschließlich die Provisionseinnahmen und nicht die gesamten Umsätze inklusive der Reisekosten, die transferiert werden müssen, berechnet.

### **Unsere Mitbewerber**

Der deutsche Markt für das Reisen ist hart umkämpft. Es gibt zahlreiche Online-Buchungsplattformen, die auch Reisen in den Himalaya anbieten. Ebenso gibt es zahlreiche, tausende Onlineblogs, die über das Reisen schreiben. Vielen unter den Blogs arbeiten mit den großen Reiseveranstaltern zusammen und erzeugen so authentische Berichte, was die Interessierten sehr schätzen. Auch gibt es bereits Agenturen, die Buchungen und Beratung online oder telefonisch anbieten und speziell auf einzelne Regionen im Himalaya sich spezialisiert haben. Eine weitere Spezialisierung gibt es auf dem Gebiet von Yoga- und Spannungsururlauben. In diesem Jahr ist die englische Website Great Himalayan Trails.com online gegangen, die alle Trecks im nepalesischen Himalaya vorstellt und vom Design sich auch an jüngere Menschen richtet. Auch gibt es bereits zahlreiche Reisemagazine, die mit höchst professionellen Fotografien und Texten zusammen arbeiten und bereits auch schon über Nepal, Bhutan und Ladakh berichteten.

Great Himalayan Trecks richtet sich vom Design und der Aufmachung genau an unsere Zielgruppe. Jedoch handelt es sich hierbei um einen Zusammenschluss von zahlreichen nepalesischen Reiseveranstaltern, die einfach die Region Nepal bewerben wollen. Die Seite ist erfolgreich, was an den 35,000 likes auf Facebook zu erkennen ist.

Weitere Mitbewerber sind die deutsche Online-Reiseplattform für Indienreisen: It's your Trip. Diese konzentriert sich sehr auf Indien selbst und hat auch nur 2000 likes. Ein absoluter Spezialist scheint hingegen das Unternehmen bhutan-travel.de vom Reisebüro HEINZ zu sein. Dieses hat bereits 25 Jahre Erfahrung mit Kultur-Reisen nach Bhutan. Aber auch hier wird eine ältere Zielgruppe angesprochen, was auch an den Kosten, mit denen eine Reise nach Bhutan verbunden ist, liegen kann. Der Reiseveranstalter WorldInsight sowie das Unternehmen djoser sind große mittelständische Reiseveranstalter mit zahlreichen Kunden und Destinationen. Auch sie bieten Reisen in den Himalaya an und richten sich an ein etwas jüngerer Publikum. Das nepalesische Unternehmen Himalaya Journey Trecks & Expedition hat sich auf die Ausrichtung von Kletter Expeditionen spezialisiert.

Eine 25 tägige Rundreise durch Nordindien und Nepal kostet mit djoser 2.145€. Eine 20 tägige Rundreise nach Nepal, Sikkim und Bhutan mit einem 5 tägigen Aufenthalt in Bhutan kostet 3.715€. Eine 16 tägige, kulturelle Rundreise nach Indien und Bhutan kostet bei WorldInsight 3100€ wobei man aber auch nur 3 Tage in Bhutan ist.

Die großen Deutschen Rundreiseveranstalter können einen qualitativ hochwertigen Service garantieren, da sie durch den Direktvertrieb sehr nah am Kunden sind und durch ihre langjährige Erfahrung als Reiseveranstalter viele Prozesse standardisieren konnten. Jedoch bietet eine Rundreise keinen Platz für Spontanität und individuelle Bedürfnisse nach Nähe zu den Einheimischen und sportlichen oder aktiven Erlebnissen. Auch wenn sich das Unternehmen Himalayan Journey Trecks & Expeditions online in Deutscher Sprache präsentiert, ist die Website nicht aktuell. Es sind auch keine Preise angegeben, was vermuten lässt, dass dieses Unternehmen den Vertrieb über Dritte bevorzugt. Die Spezialisierung auf Expeditionen ist ein Stärke.

Wir sind angewiesen bei der qualitativ hochwertigen Durchführung der Reisen komplett auf unsere Partner in Ladakh angewiesen. Sollte Reisende unzufrieden sein, haben wir wenig Einfluss auf den Service vor Ort. Des weiteren ist unsere gewählte Zielgruppe sehr preispfindlich und anspruchsvoll. Auch ist es schwierig die Reisen hinsichtlich der Sicherheit zertifizieren zu lassen, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Unsere Bekanntheit bei unserer Zielgruppe müssen wir uns noch erarbeiten, hierfür steht uns nur ein sehr geringes Budget zur Verfügung.

## **HIMALAYEAH.de - Die junge Agentur für frische Reisen**

Wir positionieren unsere Reisen als Jung und Dynamisch und bieten unseren Reisenden den direkten Kontakt zu den Einheimischen vor Ort an. So ermöglichen wir es ihnen mobil und unabhängig zu sein. Wir müssen dafür zu unsere Kontakten vor Ort ein gutes freundschaftliches Verhältnis führen und pflegen. Durch die Anerkennung unseres Unternehmens bei den Einheimischen kann der Kontakt zwischen Reisenden und den Einheimischen verstärkt werden. Bei unseren Preisen achten wir auf Transparenz. Unsere Online-Beratung muss auf unsere Zielgruppe zugeschnitten sein und dies muss sich auch bei unserer Beratung zeigen.

### **Standort**

Wir bieten unsere Reisen ausschließlich im Internet an. Neben unserer Online-Inspirationsplattform yeahpost.de gibt es zahlreiche nützliche Tipps zum Reisen in den Himalaya auf unserer Agentur-Seite HIMALAYEAH.de hier finden die Besucher auch ein überschaubares Reiseangebot. Die ausschließliche Positionierung im Internet hat zum Nachteil, dass die Kunden uns nicht persönlich kennen lernen können, um ihr Vertrauen in unsere Agentur zu stärken. Deshalb soll es auf unserer Internetseite auch Portrait-Videos zu den einzelnen Beteiligten in unserer Agentur geben. Die Bearbeitung der Buchungen sowie die telefonische Beratung erfolgt vorerst aus Regensburg, da dort die Reiseagentur unserer Geschäfts-Partnerin, Susanne Skowron ansässig ist.

### **Reisepreis und Finanzierung**

Im Hinblick auf das Einkommen unserer Zielgruppe ist der Reisepreis relativ hoch, aber im Vergleich zu den Mitbewerbern bieten wir deutlich günstigere Reisen an. Da das Reisebüro von Frau Skowron schon liquide ist müssen wir die aktuellen Kosten neben der Arbeitszeit unserer Mitarbeiter erst einmal nicht berücksichtigen. Das Erlaubt uns transparente Preise mit einer Provision zwischen 10 und 13% zu erzielen. Unsere Reisen sollen für 14 Tage im Himalaya mit bis zu 10 Tagen sportlicher Aktivitäten und inklusive dem Flugpreis zwischen 1400€ und 1700€ kosten.

Durch unsere niedrigen Investitionskosten von ca. 5000€ und dem fortlaufenden Geschäft von Frau Skowron wird es uns gelingen bereits im zweiten Geschäftsjahr unsere Investitionskosten einzunehmen. Durch die bereits vorhandenen Strukturen des Reisebüros, sowie zu den Kontakten in die Region lässt sich die Idee während des Studium realisieren, sodass kein persönliches Einkommen vorerst notwendig ist.

### **Vertriebswege**

Beim Vertrieb der Reisen wollen wir in Sportläden und Naturkostläden unsere yeahpost-Postkarten verkaufen. Durch unsere HIMALAYEAH-Schals können wir auch außerhalb der Tourismusbranche auf uns aufmerksam machen. Anzeigen in lokalen Zeitungen oder auf YouTube sollen später folgen. Auch die Nutzung von einer Facebook Fan-Page soll ein Vertriebsweg sein.

Durch die Vorstellung unserer Geschäftsidee in einer Talkshow oder in einem Magazin könnten sehr schnell viele Leute von unserem Reiseangebot erfahren. Dies wäre eine große Chance für unser Unternehmen. Des Weiteren würden niedrigere Flugpreise unsere Kosten senken, wodurch auch wir die Reisepreise etwas senken könnten. Sollte die neue Lufthansa-Tochter Eurowings auch Delhi anfliegen würden die Preise wahrscheinlich sinken. Durch die finanzielle Unterstützung unserer Idee zum Beispiel mit den Geldern des Ideenwettbewerbs aber auch weiteren Investoren könnten wir unsere Agentur noch professioneller und effizienter umsetzen.

Ein erneutes starkes Erdbeben in Nepal, sowie andere Naturkatastrophen im Himalaya stellen ein großes Risiko für den Tourismus im Himalaya da. Auch die unprofessionelle Ausgestaltung der Website, sowie die Auswahl an Reisen kann zu einer geringen unwirtschaftlichen Nachfrage führen. Deshalb müssen in diesem Bereich Tests mit den Vertretern der Zielgruppe gemacht werden.

