

REISEVERTRIEB**Reisebüro-Weiterbildung: Die Themen der Ketten/Koops**

Dienstag, 01.03.2022



Viele der Angebote finden 2022 als Webinare oder als E-Learning statt, allerdings gibt es zunehmend auch wieder Schulungen als Präsenzveranstaltung. Foto: andresr/istockphoto

Fachkräftemangel, effektives Verkaufen, Marketing, Digitalisierung und Nachhaltigkeit: Das sind die Topthemen der Schulungs- und Weiterbildungsprogramme der Reisebüro-Ketten und -Kooperationen. Viele der Angebote finden als Webinare oder als E-Learning statt. Allerdings wird es 2022 zunehmend auch wieder Schulungen als Präsenzveranstaltung geben.

Egal, ob on- oder offline: Neben zentralen Themen wie etwa Verkaufsschulungen setzt jede Organisation auch eigenen Schwerpunkte. Wir haben die Pläne großer Ketten und Kooperationen für Sie zusammengefasst, ohne dabei den Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.

Alpha-Kooperation (Schauinsland-Reisen Partner)

Mit exklusiven Inforeisen mit Schauinsland-Reisen etwa Mai nach Gran Canaria will die Alpha-Kooperation die Zielgebiets- und Produktkenntnisse der Mitgliedsbüros auffrischen und gleichzeitig den Austausch der Büros untereinander forcieren. Ein ähnliches Ziel haben auch die Frühstücks-/Kaffeepausenseminare zu unterschiedlichen Themen, darunter die Digitalisierung und Marketing-Konzepte. Bei den Seminaren sind zum Teil auch externe Partner wie etwa die Allianz mit von der Partie.

Als QTA-Mitglied können die Alpha-Büros zudem eine Vielzahl an Schulungen innerhalb der QTA-Akademie nutzen. Zielgruppen sind sowohl Inhaber als auch Expedienten. Die angebotenen Webinare sind in der Regel kostenfrei.

Best-Reisen

Wie sollten Reiseverkäufer mit verunsicherten Kunden umgehen? Wie motiviert man Mitarbeiter? Kann man über Social Media Verkaufen? Wie funktioniert Upselling? Um Fragen wie diese geht es bei der nächsten Weltklasse-Expertenakademie, die die Reisebüro-Kooperation Best Reisen Anfang April ihren Mitgliedern anbietet.

Das Event findet wie im Vorjahr online statt und wird sich auch Themen der Digitalisierung annehmen: Google, Online-Beratung, Termin-Tools und Paxconnect gehören fest zum Programm. Darüber hinaus gibt es Produktinformationen ausgewählter Partner der Kooperation. Für Vorstand Cornelius Meyer sind die Akademie-Tage ein Highlight des Jahres: Das Konzept, drei konzentrierte Tage zu bieten, werde „hervorragend angenommen“, verweist Meyer auf bis zu 300 Teilnehmer bei einigen Programmpunkten im Jahr 2021.

Von der Akademie abgesehen bietet der süddeutsche Verbund über das ganze Jahr hinweg Praxisschulungen zum Omnichannel-Tool Best-Connect an. Dabei geht es von der „Ersteinrichtung“ über die „Template-Erstellung“ bis zur „Erstellung eigener Kampagnen“.

Fest geplant sind zudem Praxisschulungen zum Recruiting. Damit soll angeschlossenen Reisebüros geholfen werden, sich als attraktiver Arbeitgeber in den Social-Media-Kanälen zu präsentieren.

Derpart

Schulungen und Seminare zu Videoberatung, Terminvereinbarung und Service-Pauschalen stehen im Fokus von Derpart. Zudem wird es regelmäßige Weiterbildungen für Midoco (Anfänger und Fortgeschrittene) sowie für Amadeus (für Anfänger, Quereinsteiger und Azubis) geben. Partner dafür ist Tats. Darüber hinaus sind Motivations-Seminare für Führungskräfte und Mitarbeiter geplant. Im Geschäftsreisesegment geht es in erster Linie um OBE-Schulungen und Nachhaltigkeit.

Dertour Reisebüro

Das Hauptaugenmerk der ehemaligen DER-Kette liegt im Bereich Schulungen laut Bereichsleiter Amir Shaheen auf den „Erfordernissen eines modernen Multikanalvertriebs“. Neben Schulungen für neu entwickelte Beratungs- und Angebotssysteme geht es auch um die passenden Verkaufstechniken für alternative Beratungsformen, etwa per Video.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt Shaheen zufolge auf der Intensivierung der Social-Media-Aktivitäten, der Content-Generierung und der Ausbildung von Bloggern.

Die Schulungen werden intern konzipiert und mit externen Trainern durchgeführt.

Deutscher Reisering

Mit einem Projekt namens „Drafög“ will die Reisebüro-Kooperation Deutscher Reisering dem Rückgang Auszubildender entgegenwirken. Das Kürzel steht für „Deutscher Reisering Ausbildungsförderungsgemeinschaft“ und soll vor allem Quereinsteigern einen Start in die Reisebranche ermöglichen. Die Ausbildung zur zertifizierten Touristikfachkraft erfolgt praxisnah am Counter eines der 200 Reisebüros im Reisering-Verbund.

Die theoretischen Inhalte erhalten die Teilnehmer während des berufsbegleitenden Fernstudiums in Zusammenarbeit mit der Fernakademie Touristik.

Kostenlos geht das natürlich nicht – und auch eine Förderung durch Arbeitsagentur oder Jobcenter sei leider nicht möglich, heißt es beim Reisering. Dennoch hat die Kooperation Mittel und Wege gefunden, um für die ersten 30 Teilnehmer die regulären Studiengebühren von 1.239 Euro auf 639 Euro zu senken. Damit sollen nicht nur die Teilnehmer, sondern auch die ausbildenden Büros unterstützt werden.

Die Ausbildung ist mehrstufig aufgebaut und inkludiert auch Computerreservierungssysteme. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Amadeus. Umgesetzt wurde das Projekt maßgeblich von Juliane Eichstädt, Inhaberin des Reisebüros Bluemarlin Reisen und Vorstand im Deutschen Reising.

Holiday Land

Die Reisebüro-Kette plant im Rahmen ihrer Jahrestagung zwei Workshops zu den Themen „Personal finden und binden!“ sowie „Ran an den Kunden“. Bei letzterem geht es laut Geschäftsführer Albin Loidl um Ideen für eine „neue, moderne Kundenansprache“.

Darüber hinaus wird es in diesem Jahr zwei bis drei exklusive Inhaber-Inforeisen geben, die zweitägige Schulungsveranstaltung „College on tour“ sowie ein „Online Business Camp“. Die Franchise-Nehmer profitieren zudem vom umfangreichen QTA-Schulungsprogramm mit Präsenz- und Online-Seminaren zu unterschiedlichen Verkaufs-, Personal- und Online-Themen.

LCC

Bei der Frankfurter Franchise-Kette dreht sich dieses Jahr viel um die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit. So geht es im März intensiv um das Thema Online-Marketing.

Darüber hinaus will LCC spätestens 2030 klimaneutral sein – sowohl als Zentrale als auch in den Vertriebsstellen. Entsprechend intensiv ist der Schulungsbedarf. Zu den Themen gehören unter anderem die CO2-Bilanzierung, nachhaltige Produkte und Kompensationsmöglichkeiten. Als Partner agieren Atmosfair und Climate Partner.

Weiteres wichtiges Thema sind Buchungsentgelte. Dazu gibt es Webinare und Kommunikationstrainings. Im Bereich Technik stehen die üblichen Fortbildungen zu den Weiterentwicklungen an (Amadeus, Bridge-IT).

Die meisten Trainings bietet LCC kostenfrei an. Fortbildung sei „ein wichtiges und ernst zunehmendes Thema – auch gerade in Zeiten des Fachkräftemangels“. Insofern sehe man darin auch ein „Instrument, um Mitarbeiter zu motivieren und ans Unternehmen zu binden“.

Reisecenter Alltours

„Glücklich verreisen – aber sicher“ ist eines der Schulungsthemen der Filial- und Franchise-Kette von Alltours. Dabei geht es um die Kundenberatung. Zielgruppe der Schulung sind sowohl Verkäufer aus dem Eigenvertrieb als auch Franchise-Partner und deren Mitarbeiter. Darüber hinaus gibt es digitale Produktschulungen mit Partnern im „Alltours Reisecenter Campus“ sowie Systemschulungen und Inforeisen.

Büroleiter und Regionalleiter aus dem Eigenvertrieb erhalten zudem Führungskräfte trainings, Quereinsteigern und neuen Mitarbeitern im Eigenvertrieb werden „Onboarding“-Seminare angeboten, berichtet Geschäftsführer Reinhard Kotzaurek.

Für die Franchise-Partner ist die Teilnahme an Campus-Veranstaltungen und Webinaren kostenfrei. Bei Verkaufsschulungen mit externen Dienstleistern oder bei Inforeisen können Kosten entstehen.

Reiseland/RTK

Wie kann ein Reisebüro dem Fachkräftemangel begegnen? Unter anderem mit kreativen Job-Angeboten und verbesserter, effizienter Technik. Entsprechend klar ist das Schulungsziel von Reiseland und RTK: „Wir wollen den Counter bestmöglich mit den technischen Anwendungen und dem dazugehörigen Know-how ausstatten“, heißt es aus Burghausen.

Umgesetzt wird dies durch eine „hybride“ Wissensvermittlung. Zu ihr gehört die Lernplattform „Profit Für Alle 2.0“ mit Trainings, die sowohl online als auch in Präsenz stattfinden. Eines der Themen ist die Beratung per Video.

Ein zentrales Thema ist zudem die Omnichannel-Lösung Tec Off Spider sowie die Kunden- und Vorgangsverwaltung im Midoffice.

Bereits angelaufen sind zudem modulare Führungskräfte-Trainings sowie ein Ausbildungsprogramm, mit dem RTK und Reiseland 60 neue Ausbildungsstellen schaffen wollen. Das Programm begleitet die Azubis vom On-Boarding bis zur garantierten Übernahme. Highlights sind ein Work & Travel, die Arbeit in einem Azubireisebüro, Trainings im ägyptischen El Gouna am Roten Meer und Workshops zum wichtigen Thema Nachhaltigkeit.

Darüber hinaus sind diverse Info- und Schulungsreisen geplant. Fortgesetzt wird auch das Fortbildungsformat „Zielgebietsspezialist“. Dabei werden Teilnehmer zu Experten für eine bestimmte Destination qualifiziert.

Wichtigste Partner sind dabei FTI, Orascom und die Hanse Merkur Versicherung. Viele Schulungen sind kostenlos oder es werden „moderate Preise im fairen Bereich“ verlangt.

Schmetterling

Zum „Grundrauschen“ bei der Kooperation gehören ständig aktualisierte Schulungen zu allen Techniksystemen von Schmetterling Technology – vom Mid- und Backoffice (Argus) über das Reservierungssystem (NEO) und das Beratungssystem (XENA) bis hin zu den Buchungsplattformen für Flüge und Hotels (Skybutler und Beds and More).

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Social-Media-Schulungen sowie auf der Omnichannel-Lösung GO4IT, ergänzt wird das Ganze durch Seminare zur Schmetterling Plattform und zu Microsoft 365. Ziel ist es, Workflows und Prozesse optimal zu strukturieren und damit mehr Zeit für Kunden und den Verkauf zu haben.

Zielgruppe der Schulungen sind Reisebüro-Inhaber und Reiseverkäufer der Kooperation sowie sämtliche 6.000 Technikkunden. Viele von ihnen gehören auch anderen Reisebüro-Organisationen an.

Viele Schulungen sind kostenlos, vor allem bei der Erstteilnahme. Ansonsten liegen die Kosten zwischen 9,90 Euro und 49 Euro. Für individuelle Schulungen direkt im Reisebüro müssen die Preise angefragt werden, individuelle Online-Schulungen kosten 49 Euro pro Stunde.

Tourcontact

Das Fortbildungs- und Schulungsangebot von Tourcontact „ist auch im Jahr 2022 sehr breit gefächert“, berichtet Geschäftsführer Dirk Bender. Das Angebot reiche von Webinaren und Präsenzs Schulungen über „Praxistipps Serviceentgelte“, „Modernes Verkaufen“ und „Spezialisierung“ bis hin zu „Social Media – Create & Influence“ oder „Empathie – Zuhören – Präsenz“. Hinzu kommen spezielle Produkt- und Leistungsträger-Schulungen.

Bedient werden alle Zielgruppen mittelständischer Reisebüros: Auszubildende (DTPS Travel Youngsters), Counter-Fachkräfte sowie Inhaberinnen und Inhaber. Partner der Schulungen sind unter anderem Harald Sontowski (Aha) und der Reisebüro-Trainer René Morawetz.

Alle Schulungsmaßnahmen werden subventioniert. Die Kosten orientieren sich an Art, Umfang und Länge der Fortbildung. Sie beginnen ab 19 Euro. Produkt- und Leistungsträgerschulungen sind meist kostenfrei.

TSS

Angesichts der bevorstehenden Buchungswelle empfiehlt die Zentrale von TSS, gerade jetzt „Wissen aufzufrischen und Ideen zu sammeln, um die Kommunikation mit dem Kunden aktiv und auch kreativ zu gestalten“.

Eine Idee ist bereits online: Seit kurzem läuft der zweite Teil der „Digitalen Weltreise“. Dabei stehen Partner aus dem In- und Ausland bereit, um Produkte vorzustellen, zu diskutieren und Impulse für die Vermarktung zu geben. In einem weiteren Schritt wird die B2B-Aktion auch zu einem Endkundenprojekt.

Helfen will die TSS-Zentrale ihren Mitgliedsbüros zudem mit der Schulungsplattform „Counter Kompass“. Neben Webinaren gibt es dort seit kurzem auch das Podcast-Format „Das Ooriginal“. Moderatoren interviewen in diesem Rahmen regelmäßig Leistungsträger.

Wichtiger Teil des Schulungsportfolios sind zudem Video-Trainings. Sie sind zeitlich flexibel und individuell im eigenen Tempo nutzbar. Zumeist geht es dabei um das Vermitteln von Basiswissen, etwa unter dem Titel: „Social Media – fit für den neuen Alltag als Reiseprof“.

Formate wie E-Learnings und digitale Famtrips ergänzen das Angebot. Auch Live-Trainings zu weiteren Themen rund um Social Media, Buchhaltung und Ausbildung sind in Planung.

Die Schulungsangebote richten sich sowohl an Auszubildende als auch an Fachkräfte, mobile Verkäufer und Reisebüro-Inhaber und sind bis auf die Video-Trainings „weitestgehend kostenfrei“. Die Teilnahme wird mitunter sogar belohnt: Einige Schulungen sind Teil des Liquiditätsbonus, mit dem TSS ihren Mitgliedsbüros unter die Arme greift.

TUI Franchise

„Retention Rocks!“ heißt das aktuelle Angebot der TUI-Franchise-Zentrale zu den Themen Mitarbeitermotivation und Retention – die Leistung des Gedächtnisses in Bezug auf Lernen, Reproduzieren und Wiedererkennen. Weitere Formate in Sachen Führung und Motivation sind derzeit in Planung. Auch das Thema Omnichannel steht in diesem Jahr – wie schon 2021 – weit oben auf der Agenda.

Der Impuls für den „Restart“ am Counter richtet sich sowohl an Mitarbeiter als auch an Inhaber der Reisebüros. Auf Letztere zielen die Themen Retention und Mitarbeitermotivation. Sie können dabei auf ein internes Schulungs-Team zugreifen, bedarfsabhängig werden externe Trainer engagiert.

Das Weiterbildungsprogramm ist über die Weiterbildungspauschale der Franchise-Nehmer abgedeckt. Sie agieren unter den Marken First und TUI Reisecenter.

TUI Travel Star

Die Marketing-orientierte Reisebüro-Kooperation TUI Travel Star (TTS) will ihr Augenmerk 2022 stark auf das Rekrutieren und Binden von Mitarbeitern legen. Dafür bietet man „gleich eine ganze Reihe von speziellen Trainings“ an, berichtet Geschäftsführer Oliver Grimsehl. Als Trainer agieren unter anderem Thomas Wiedemann, Harald Sontowski und Martin Hein. Die Themen reichen von „Mitarbeiter finden“ über „Mitarbeiterbindung“ bis zu „Mitarbeitermotivation“. Die Kurse zum „Story-Telling“ gibt touristik-aktuell-Korrespondenten Helge Sobik.

Weitere Schwerpunkte sind Marketing und Verkauf. Es gelte dabei, den Neustart nach der Pandemie so zu gestalten, dass die Vorteile der persönlichen Beratung im Reisebüro nicht nur erhalten, sondern sogar noch ausgebaut werden. „Der Wert guter Beratung ist Kunden gerade während der massiven Reisebeschränkungen und zeitweise täglichen Veränderungen der Regeln deutlich geworden“, zeigt sich Grimsehl überzeugt.

Die Teilnahme an Präsenzseminaren kostet 105 Euro, bei Webinaren fallen 19 Euro an. Im Preis sind eine Rücktrittsversicherung (erstmalig auch für Webinare) sowie die Anreise mit Flixbus und Flixtrain eingeschlossen. Hinzu kommen zahlreiche kostenfreie Seminare zur Digitalisierung und zum Omnichannel-Konzept Tec-Off-Spider

TUI Travel Star ist ein Joint Venture von TUI und RT-Reisen. Angeschlossen sind bundesweit rund 400 Reisebüros.

TVG (Sonnenklar/Flugbörse)

Als Mitglied der QTA nutzt die Kette das Schulungsprogramm der QTA-Akademie. An diesem können angeschlossene Franchiser laut TVG-Chefin Birgit Aust „zu geringen Kosten“ an Online-Webinaren und Präsenzseminaren zu unterschiedlichsten Themen teilnehmen. Das Programm richtet sich sowohl an Inhaber als auch an Reiseverkäufer.

Zusätzlich gibt es Webinare und Produktschulungen der Veranstalter, darunter die FTI Academy. Die TVG selbst veranstaltet vereinzelt Webinare, wenn Schulungslücken erkannt werden und entsprechender Bedarf bei den Büros besteht.

Kostenloses E-Paper

Mehr zum Thema Aus- und Weiterbildung lesen Sie in unserem Special „Job & Karriere“ in der nächsten Ausgabe von touristik aktuell (ta 9-10/2022). Sie erscheint am nächsten Montag und ist anlässlich der digitalen ITB als kostenloses E-Paper erhältlich. Dies gilt auch für die **aktuelle Ausgabe**.

Matthias Gürtler