

DREI FRAGEN AN ...



Büroleiter
Michael
Draeger

„245 Reisebüro-Besucher geimpft“

Kürzlich veranstaltete das Reise-cafe Stoffregen in Dortmund eine eigene Impfkaktion. Zusammen mit der Kassenärztlichen Vereinigung, der Stadt Dortmund und dem Apothekerverband wurden an einem Samstag Hunderte Besucher in den Räumlichkeiten des Reisebüros gegen das Coronavirus geimpft. Büroleiter Michael Draeger berichtet im Gespräch mit touristik aktuell über die Idee und den Erfolg der Aktion. (ah)

Herr Draeger, wie kamen Sie auf die Idee?

Die Impfkaktion war die Idee der Initiative „Wir sind alle Touristik – gemeinsam sind wir stark“ von den Touristikern Petra Dyk, Anke Mingerzahn, Joerg Franzen, Marion Tibursky und mir. Wir hatten überlegt, was die Touristikbranche unternehmen kann, um die Impfquote in Deutschland zu steigern. Denn für uns gehören Impfen und Reisen untrennbar zusammen.

War die Organisation kompliziert?

Die Vorlaufzeit betrug gut sechs Wochen. Ich habe mit Ämtern der Stadt telefoniert, mit Verantwortlichen eine Ortsbegehung im Reisebüro durchgeführt und dafür gesorgt, dass alle Hygieneregeln eingehalten werden. Am Aktionstag wurden bei uns 245 Bürger geimpft. Das war schon toll. Zudem waren fast alle Impfwilligen das erste Mal in unserem Reisebüro. Manche ließen sich auch Reiseangebote erstellen, ein Paar buchte sogar einen Teneriffa-Urlaub.

Wie geht es jetzt weiter?

In rund drei Wochen veranstalten wir unseren nächsten Impftag. Das ist eine klare Win-Win-Aktion. Wir helfen beim Steigern der Impfquote, zeigen Präsenz und gewinnen Neukunden.

Mein Urlaubsglück: 200 Berater im ersten Jahr

Ein Jahr nach ihrer Gründung haben sich Mein Urlaubsglück, der Kooperation für mobilen Reisevertrieb, rund 200 Berater angeschlossen.

Man sei zwar mitten in der größten Touristik-Krise aller Zeiten gestartet, meint Mitgründer Kurt Koch. Genau dies habe aber auch „die große Chance eröffnet, den Neustart mitzugestalten“. Man nehme für sich „in Anspruch, zur weiteren Professionalisierung des mobilen Reisevertriebs beigetragen zu haben“.

Der Erfolg fußt laut Koch auf der Unabhängigkeit der Kooperation, dem Fokus auf moderne Techno-

logie, dem Service für die Berater sowie auf der erfolgreichen Social-Media-Arbeit. So versorgt die Zentrale ihre Berater wöchentlich mit vier Social-Media-Vorlagen. „Unsere Berater inspirieren und zeigen ihren Kunden fortlaufend, was sie draufhaben“, so der Mitgründer.

Geschäftlich wird Mein Urlaubsglück das erste Jahr mit einem „deutlich zweistelligen Millionen-Euro-Umsatz“ abschließen (Buchungen mit Abreisen im Jahr 2021). Die erste Jahrestagung führt diesen Monat auf Einladung von Ferien Touristik und Coral Travel in das Xanadu Resort nach Belek.

TUI geht auf Reisebüros zu

Die TUI-Vertriebschefs Hubert Kluske und Peter Wittmann haben angekündigt, das Personal für den Reisebüro-Service des Veranstalters weiter aufzustocken. „Wir werden alle notwendigen Maßnahmen ergreifen, um die Reisebüros bestmöglich zu unterstützen und einen einfachen und unkomplizierten Verkauf von TUI-Reisen im Reisebüro möglich zu machen“, versprachen Kluske und Wittmann während zahlreicher Gesprächsrunden mit bislang 30 Reisebüro-Inhabern.

Die beiden Manager hatten den direkten Dialog bewusst gesucht: „Wir wollen wissen, wo im Vertrieb der Schuh drückt“, sagt Hubert Kluske. Ihm und seinem Vertriebsdirektor Peter Wittmann sei „das direkte Feedback der Reisebüro-Partner wich-

tig, damit wir unsere Zusammenarbeit wieder nachhaltig erfolgreich gestalten und partnerschaftlich weiterentwickeln können.“

Die ersten „TUI im Dialog“-Veranstaltungen fanden in den Städten Hamburg und Stuttgart statt. Weitere Veranstaltung mit den Reisebüro-Partnern werden folgen.

Top-Themen der Gespräche waren unter anderem die Dauerbrenner Erreichbarkeit und Verbesserungen im Reservierungssystem. Dass es dabei nach wie vor viel Potenzial nach oben gibt, zeigten unter anderem verschiedene Kommentare auf der Instagram-Seite von touristik aktuell. Einer der Nutzer schrieb dazu: „Das glaube ich erst, wenn es wirklich passiert.“



Sagten TUI, was sie von einem Marktführer erwarten: Teilnehmer der Dialog-Gespräche in Stuttgart, kniend TUI-Vertriebschef Hubert Kluske, hinter ihm im weißen Hemd Peter Wittmann

Deutscher Reising: Neue Mitglieder gewonnen

Trotz der dramatischen Folgen der Corona-Krise für den Tourismus hält sich die Zahl der Reisebüro-Schließungen bislang in Grenzen. Das gilt auch für die Kooperation Deutsche Reising: Sie verzeichnet laut Geschäftsstellenleiter Andreas Quenstedt „nur eine sehr geringe Zahl von Corona-bedingten Marktaustritten“.

Geholfen habe während der Krise neben dem Hilfsprogramm der Regierung und der Unterstützung durch die Kurzarbeitsregelung das intensive Miteinander und der „rege Informationsaustausch“ unter den Mitgliedern.

Positiv ist Andreas Quenstedt zufolge, dass einige, teils auch prominente, Neuzugänge in den Verein aufgenommen werden konnten. Dazu gehöre auch eine Kleinkette. Zudem habe man die Zeit sinnvoll genutzt und „eine Vielzahl von Projekten angeschoben und umgesetzt“, etwa im Bereich der fortschreitenden Digitalisierung.

Wie es im nächsten Jahr beim Reising weitergeht und welche Prioritäten die Kooperation dabei setzt, soll während der Mitgliederversammlung Anfang Dezember im Berliner im Abacus Tierpark Hotel diskutiert werden.