

Es fehlen Experten

Mitarbeitermangel: Das unternehmen die Vertriebsorganisationen



Foto: Heiko119/Stockphoto

Qualifizierte Mitarbeiter für Reisebüros zu gewinnen, wird immer schwieriger

Von Arne Hübner

Der Fachkräftemangel ist und bleibt unser größtes Problem“. Den Satz von Michael Dohmen, Chef der Franchise-Büros von DER Touristik (DTPU), würde wohl die komplette Touristik unterschreiben. Und die sehr angespannte Lage verschlimmert sich kontinuierlich: Experten schätzen, dass der Mitarbeitermangel bis zum Jahr 2035 weiter zunehmen wird. Wie gehen Vertriebsorganisationen damit um? Eine Wasserstandsmeldung.

Manche setzen auf Ausbildung

Alltours Reisecenter und Derpart investierten in die Ausbildung eigener Fachkräfte. Eine Personalentwicklerin ist bei Alltours Reisecenter ausschließlich für die Aus- und Weiterbildung sowie den Quereinstieg zuständig. Das Rezept geht auf: Die Vertriebsorganisation konnte in diesem Jahr 26 Azubis, fünf duale Studenten und mehr als 20 Quereinsteiger für den Filialbereich gewinnen – das ist Rekord für die Kette.

Derpart unterstützt die Partner bei der Azubisuche mit Technik-Tools. Auch RTK setzt auf das Ausbilden. „Andererseits machen wir den Beruf attraktiv und tun alles dafür, Kräfte zu halten“, so Thomas Bösl. Dazu gehören „moderne Arbeitsbedingungen, eine faire und leistungsgerechte Bezahlung sowie Schulungsreisen.“ Ein Motivationsfaktor seien zudem attraktive Urlaubskonditionen für Reisebüro-Kollegen. Tourcontact und DTPU, beide Mitglieder in der Reisebüro-Allianz DTPS, haben entsprechende Webinare und Workshops aufgelegt. Sie sollen Reisebüro-Inhabern helfen, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Auch der AER setzt auf Schulungen. Manche davon richten sich direkt an Branchen-Quereinsteiger.

Auf die eigene Marke vertraut der ADAC-Reisevertrieb und verweist auf eine Employer-Brand-Kampagne. „Wir sehen bei den ADAC-eigenen Büros wie auch bei den Franchise-Büros einen positiven Trend, was die Rekrutierung von Mitarbeitern oder den Ausbildungsbereich betrifft“, so Geschäftsführer Andreas Neumann.

Andere stützen sich auf KI

Da der Fachkräftemangel nicht über Nacht zu lösen sei, müssten sich Reisebüros „auf digitale Prozesse und Künstliche Intelligenz stützen“, meint Klaus Wilmsmeier, Chef von TUI Travel Star (TTS). Die Aufgabe der Zentrale besteht darin, Partner mit Maßnahmen wie Schulungen und Coachings zur Mitarbeitergewinnung und -bindung zu unterstützen.

TUI Franchise unterstützt Partner durch das Vermitteln neuer Ansätze in der Personalführung und Tipps zur Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort. Wenn es um das Gewinnen neuer Fachkräfte geht, haben die Manager des Vertriebssystems ein Quereinsteigerprogramm entwickelt: Branchenneulinge durchlaufen das Schulungsprogramm und bekommen Grundlagen für den Verkauf im Reisebüro vermittelt. Begleitet wird dies durch ein „Training on the Job“ im Reisebüro.

„Unsere Franchisepartner haben gute Ergebnisse erzielt und so neue Mitarbeitende gewonnen“, bilanziert Franchise-Leiterin Ilka Lauenroth. Darüber hinaus kooperiert TUI Franchise mit einer Hochschule: Teilnehmer müssen sich nicht zwischen Studium und Ausbildung entscheiden, sondern kombinieren beides.

Um es Quereinsteigern möglichst einfach zu machen, arbeitet die Reisebüro-Kooperation Schmetterling neben dem bestehenden Angebot an zusätzlichen Lösungen. Zudem unterstützt

die eigene Marketingabteilung Partnerbüros beim Erstellen von digitalen Jobanzeigen über Social-Media und bei Printanzeigen.

Reiseland verweist auf Maßnahmen von Azubi-programmen bis hin zu einer Förderung junger Mitarbeiter über den Ausbildungsabschluss hinaus. „Entscheidend ist, dass die Recruiting-Maßnahmen am Puls der Zeit sind und immer wieder angepasst werden“, erklärt Franchise-Chefin Anna Schwingenschlögl. Die Kollegen von Holiday Land haben ein Netzwerk für jüngere Reisebüro-Inhaber gebildet. Zudem sei mit Schulungsprogrammen das Verständnis für jüngere Generationen geschärft worden.

Webinare, Check-Listen, E-Learnings

Manuel Molina von TSS erklärt: „Wir unterstützen nicht zuletzt mit dem Portal Counterkompass die Aus- und Fortbildung für alle Expedienten, ausgerichtet an deren Kenntnisstand und unabhängig von der Kooperationsmitgliedschaft.“ Dort gebe es stets neue Angebote wie Webinare, Podcasts oder E-Learnings.

Protours hat in diesem Jahr Checklisten und Trainings-Videos „on Demand“ gestartet und die Büros aufgefordert, sich Gedanken über Employer Branding und Mitarbeiter-Benefits zu machen. Darüber wurde eine Zusammenarbeit mit einer Hochschule begonnen, „um duale Studenten als Alternative zu Auszubildenden im Reisebüro einzuführen“, so Dirk Hansel. Für 2024 plane man mit DTPS und einer Studienakademie ein Quereinsteigerpaket.

Auf Quereinsteiger setzt auch der Deutsche Reiserling. „Unser DRAFÖG-Programm ist nach wie vor aktiv, nur sind auch Quereinsteiger ein knappes Gut. Der anfängliche Hype ist nun in das normale Fahrwasser des Tagesgeschäftes übergegangen“, so die Bilanz des Geschäftsstellenleiters Andreas Quenstedt.

Quereinsteiger und „Young Talents“

Erfolgreich präsentiert sich LCC: So habe man 2023 ein neues Bewerber- und Rekrutierungstool eingeführt. Beim Quereinsteigerprogramm „Jump“ wurden 2023 zwei Runden durchgeführt. Die nächste Runde startet im März.

Zudem haben in diesem Jahr 120 neue Azubi ihre Ausbildung in einem LCC-Reisebüro begonnen. Neu ist das einjährige Young-Talent-Programm mit Online-Trainings, Mentorenprogramm, Live-Events und Famtrips. Es startete im September, die Fortsetzung folgt 2024.

Die TVG-Kette fährt beim Fachkräftemangel zweigleisig: Einerseits setzt die Vertriebsorganisation auf ein Quereinsteigerprogramm, andererseits hat sie ein Azubiprogramm entwickelt, das neben der klassischen Ausbildung auch einen eigens für die TVG konzipierten Lehrgang zum „Content Creator Reisen“ beinhaltet.

So lernen Nachwuchstalente die Social-Media-Kanäle kennen und bringen ihrer Agentur einen Mehrwert ein. Die ersten Azubis in diesem Programm sind im September gestartet.