

Star TV und Kino-Spots

TUI Travel Star treibt Marketing und Schulungskonzept weiter voran

Von Matthias Gürtler

Ein Value-Anteil beim TUI-Umsatz von weit über 50 Prozent und ein massives Wachstum bei TUI Cruises: Die Reisebüros der Kooperation TUI Travel Star haben 2015 einmal mehr bewiesen, dass sie ihrem Leitveranstalter eng verbunden sind. „Die Marke wirkt, die Produkte sind gut – und der Service unserer Zentrale ist perfekt. Ich fühle mich wohl bei TUI Travel Star“, schwärmt etwa Rainer Fendrich vom Reisebüro mit Herz in Groß-Zimmern.

Das Joint Venture von RTK und TUI ist eine eingeschworene Familie, aber nichts für Büros, die betont unabhängig von einem Reisekonzern auftreten wollen. 2015 stehen elf neuen Mitgliedern 13 Austritte entgegen, von denen fünf auf Gewerbeabmeldungen zurückzuführen sind. „Da ist nicht viel Bewegung. Aber wir können gut leben damit“, sagt Geschäftsführer Oliver Grimsehl und verweist auf eine seit Jahren weitgehend stabile Mitgliederzahl von etwas mehr als 400 Büros.

Die vergleichsweise überschaubare Größe habe den Vorteil, einen sehr individuellen Service bieten zu können. „Davon profitieren wir alle“, betont das langjährige Beiratsmitglied Markus Michel vom Reisecenter Michel in Wiesbaden und verweist auf die vielfältigen Angebote der Zentrale.

Dazu gehört unter anderem ein umfangreiches Schulungsprogramm. Dieses bietet TUI Travel Star allen Mitgliedern der QTA an, verbucht bei den eigenen Büros allerdings das mit Abstand größte Interesse. Für 2016 wurde das Angebot entsprechend ausgebaut und lockt nunmehr mit 74 Seminaren und insgesamt 1.000 Teilnahmeplätzen.

Neu im Midoffice der Kooperation sind eine Monatsauswertung der Umsätze sowie ein Überblick über ausgegebene Reisegutscheine. Die derzeit 150 Euro Gema-Gebühr pro Jahr für die Warteschleifenmusik fällt künftig weg.

Für zusätzliche Werbeeffekte soll Star TV sorgen. Das Programm kostet pro Büro 29 Euro im Monat und bringt per Flatscreen bewegte Bilder ins Schaufenster. Einige Angebote von TUI und ande-



Team-Foto mit Nikolaus (von links): Ann-Kristin Doering, Jörg Spottke, Gerd Stüber und Gerd Schlack aus der Zentrale von TUI Travel Star

ren Veranstaltern werden durch die Zentrale gespielt, andere können individuell konfiguriert werden. Das TV-Gerät ist im Paket nicht enthalten. Nach dem Image-Film und einem Kinospot dieses Jahr wird es 2016 zwei Radio-Spots mit denen die Büros individuell für sich werben können. Zudem offeriert die Zentrale Werbe- Großflächenplakate mit QR-Codes.

Deutscher Reisering mit dicker Sonderzahlung

Die Berliner Reisebüro-Kooperation Deutscher Reisering hat das beste Geschäftsjahr seit der Gründung hinter sich. Die Umsätze mit den wichtigsten Leistungsträgern aus dem Portfolio entwickelten sich derart gut, dass eine Nachausschüttung von rund 500.000 Euro an die Mitglieder möglich wurde. „So etwas hat es in dieser Form noch nie gegeben“, freut sich Geschäftsführer Andreas Quenstedt.

Möglich wurde dies laut Quenstedt durch eine aktive und erfolgreiche Steuerung der Reisebüros, die damit ihre Incentive-Einnahmen verdoppeln konnten.

Im Unterschied zu den meisten anderen Kooperationen wird der Reisering streng nach Vereinsrecht ge-

führt. Das bedeutet: Sämtliche Erlöse kommen den Mitgliedern direkt zugute. Natürlich müsse auch der Reisering investieren und Rückstellungen vornehmen. „Aber unsere hohe Kante mit der leckeren Keksdose liegt nicht so hoch, dass sie von den Mitgliedern nicht mehr erreichbar wäre“, sagt Reisebüro-Inhaber und Reisering-Vorstand Peter Beyer. Neues Vorstandsmitglied beim Reisering ist Juliane Eichstädt, Inhaberin zweier Büros der Marke Bluemarin-Reisen. Sie soll mit ihrer Expertise auch den „Transformationsprozess“ begleiten, in dem sich der stationäre Reisevertrieb gerade befindet, so Geschäftsführer Quenstedt.

An der jüngsten Jahrestagung der Kooperation, die zur DTPS-Allianz von DER Touristik gehört, nahmen knapp 100 Reisebüros von insgesamt 220 Mitgliedern teil. Sie fand im „Haus der 1.000 Seen“, dem Müritzeum in Waren in Mecklenburg-Vorpommern statt. (ta)



Foto: Reisering

Andreas Quenstedt führt seit Jahren die Regie beim Reisering



AER Premium Projekte für alle, die mehr wollen



1 schauinsland reisen



2 FTI GROUP

- > Zielerreichungs-Incentive ^{1,2}
- > Kostenübernahme eines gesteuerten Preisvergleichs
- > Kostenfreie personalisierte Kataloge ²
- > Kostenfreie Deko ^{1,2}
- > Attraktive Inforeisen ^{1,2}
- > Intensive Schulungsangebote ^{1,2}

**Wir freuen uns auf Sie
Telefon 05206 9150-70**

AER Kooperation, Amtsstraße 22, 33739 Bielefeld,
Telefon +49 5206 9150-70, info@aer.coop, www.aer.coop