

## LCC: Tool fürs Premiumgeschäft

Mit einem neuen, webbasierten Tool will LCC angeschlossenen Franchise-Nehmern die Vermarktung hochwertiger Reisen erleichtern. Mit Hilfe der neuen Technik können bei individuellen Arrangements Reisevorschläge mit wenigen Klicks zusammengestellt werden. Flankierend zum Launch der neuen Marke für Luxusreisen, Fyne Travel, wolle man das neue System „dafür nutzen, Kunden stärker zu binden und unsere Marktposition im Premium-

bereich weiter auszubauen“, sagt Geschäftsführer Hasso von Düring. Die kostenpflichtige Online-Plattform dient dabei als digitaler Treffpunkt von Leistungsträgern mit Vermittlern. Zum Portfolio gehören derzeit unter anderem Infos, Fotos und Videos von weltweit 45.000 Unterkünften. Die Angebote können per E-Mail als Link weitergeleitet oder mit der eigenen Internetseite verknüpft werden. (ta)

## Das bieten die Clubs

Mit welchen Vertriebskonzepten Reisebüros umgarnt werden

Von Hein Vogel

**D**ieser Außendienst kann sich sehen lassen: Mit gleich sieben Mitarbeitern betreut der Verkaufsleiter von Club Med, Thilo Klante, rund 5.000 deutsche Reisebüros. Vier davon sind im Außendienst tätig – in den Büros vor Ort, auf Roadshows oder auf Famtrips.

Neu bei Club Med sind eine B2B-Website, ein Reisebüro-Finder auf der Homepage für Endkunden sowie eine erweiterte Zusammenarbeit mit Thomas Cook. Ab sofort fließen alle Umsätze in die Cook-Staffel ein. Mit diesem Pfund kann Aldiana nicht mehr wuchern. Dafür lockt die Clubmarke mit jährlich 25 Inforeisen, drei Außendienstlern, Webinaren und Inhouse-Schulungen.

Bei einigen Roadshows und Stammtischen gibt es neben vielen Informationen auch ein Wiedersehen mit Club-Managern. Zusätzliche Expedienten-Camps mit bis zu 100 Teilnehmern vermitteln Informationen vor Ort in den Clubs.

Events dieser Art sind bei Robinson ähnlich groß, mit Ausnahme der Eröffnung des Clubs Masmavi im Juni: Damals feierten 170 Reiseverkäufer den Start der nunmehr größten Anlage im gesamten Portfolio.

Das Vertriebsteam von Robinson wurde nun angesichts der angestrebten Ex-

pansion der Vorzeigemarke auf fünf Personen erweitert, zum Angebot gehören persönliche Besuche in den Reisebüros, Roadshows und kleine Round-Table-Runden. Unterstützung erhält Robinson dabei genauso wie Magic Life vom TUI-Außendienst.

**Liebt es, Reisebüros von „seinem“ Club zu begeistern: Andreas „Olli“ Oltrogge, Chef des Robinson Quinta da Ria**

Diese heißen „Educational Tours“ und finden zehnmal pro Jahr statt. Im Mittelpunkt stehen jene Clubs, die für den deutschen Markt besonders interessant sind. Zu ihnen gehören Ski-Resorts in Frankreich, in Italien und in der Schweiz mit oftmals direktem Pistenzugang.

## L’Tur: Filialnetz bleibt bestehen

Trotz rückläufiger Umsätze und einem deutlichen Abbau der Mitarbeiterzahl in der Zentrale in Baden-Baden will der Last-Minute-Anbieter L’Tur sein stationäres Vertriebsnetz nicht verkleinern. Die 140 Shops sollen erhalten bleiben, heißt es aus dem TUI-Umfeld sowie von Franchise-Nehmern. Derzeit sorgen die Shops für rund ein Drittel der L’Tur-Umsätze, die derzeit um rund sieben

Prozent unter dem Vorjahr liegen sollen. Vom Umbau in der Zentrale, der vom früheren TUI-Manager Marek Andryszak geleitet wird, sind mehr als 30 der 140 Mitarbeiter betroffen: Sie mussten das Unternehmen verlassen. Die Ausweitung auf den gesamten Reisebüro-Vertrieb ist offenbar kein Thema mehr. An der Zusammenarbeit mit den TUI Reisecentern will L’Tur aber festhalten. (ta)

**„Am Reising schätze ich vor allem die familiäre Atmosphäre und regionale Nähe. Reising – genau mein Ding!“**



**Annett Gohlke mit Andreas Quenstedt (Deutscher Reising e.V.)**

Das „Reisebüro Am Markt“ in Zossen, südlich von Berlin, bietet eine Vielzahl an Services rund um das Thema Reisen und hat sich insbesondere auf das Reiseland Irland spezialisiert. Die Inhaberin Annett Gohlke belebt das Vereinsleben im Deutschen Reising e.V. seit vielen Jahren ungemein. Als „Netzwerkerin“ genießt sie aufgrund ihrer offenen Art und Erfahrung hohe Anerkennung und steht nicht nur Neumitgliedern als engagierte Ansprechpartnerin zur Seite.

Frau Gohlke schätzt das gelebte Miteinander auf den zahlreichen Veranstaltungen, die der Reising bietet. Vor allem, weil sie jedes Mal neue Aspekte der Branche kennenlernen und mit Partnern über Herausforderungen und deren Bewältigung sprechen kann. So auch beim diesjährigen Sommerstammtisch, bei dem die Mitglieder Gelegenheit hatten, in lockerer Atmosphäre mit Vertriebspartnern ins Gespräch zu kommen.

Der Deutsche Reising e.V. bietet zahlreiche Möglichkeiten zum Networking und Know-how-Transfer. Dazu gehören Themenabende mit informativen Vorträgen, Besuche von Mitgliedern in ihren Reisebüros, sowie Touren zu ausgewählten Auslandsdestinationen. Werden auch Sie Teil einer ganz besonderen Gemeinschaft und profitieren Sie von den Leistungen des Reising.

Mehr Informationen finden Sie auf [www.deutscher-reising.de/leistungen/aktives-vereinsleben](http://www.deutscher-reising.de/leistungen/aktives-vereinsleben)

**Bei uns zählt das Miteinander!**



Foto: mg

