

## Siamar Reisen

**Historie:** Das Reisebüro wurde 2002 in Leipzig gegründet und startete mit drei Mitarbeitern in der Beratung.

**Umsatz 2017:** 10,5 Mio. Euro, größter Umsatzbringer sind die Bausteine von DER Touristik. 2018 sind zehn Prozent Plus beim Provisionsumsatz das Ziel.

**Mitarbeiter:** 33 inklusive Chef.

**Kooperation:** Deutscher Reisinger.



MAX NIEMANN PHOTOGRAPHY

Das schicke Reisebüro auf 400 Quadratmetern sucht neue Räume. In diesem Jahr steht ein Umzug an.

# Die Leipziger Kundenversther

Innovationen sollen bei **Siamar Reisen** grundsätzlich zum Vorteil des Kunden sein. Dahinter steckt oft viel Arbeit.

IRA LANZ

Auf seine Flexibilität ist Michael Riebel richtig stolz. „Nach 15 Jahren auf dem Markt fungieren wir immer noch wie ein Start-up“, sagt der Inhaber von Siamar Reisen. Das Leipziger Reisebüro hat sich auf Fernreisen spezialisiert und kommt auf 10,5 Mio. Euro Umsatz. Riebels Erfolgsrezept liegt in der Verzahnung von digitalen Medien und der tiefen Produktkenntnis seiner Mitarbeiter. Egal, was das Reisebüro anpackt, für den Chef muss jeder Prozess zum Vorteil der Kunden sein.

**DABEI STEHT OFT EHER** Handarbeit als innovative Technik im Vordergrund. Die Kontaktpflege mit den Hotelpartnern ist dafür ein gutes Beispiel: Bei



Das Büro von Siamar Reisen in Leipzig

MAX NIEMANN PHOTOGRAPHY



PRIVAT

## Der Chefkoch

**Michael Riebel, Geschäftsführer**

Für seine Kollegen schwingt er auch schon mal den Kochlöffel. Denn Michael Riebel setzt auf ein gutes Miteinander. Der Service-Gedanke ist ihm quasi in die Wiege gelegt worden. Die Eltern hatten einen Landgasthof mit Pension. In Leipzig studierte der heute 41-Jährige Betriebswirtschaftslehre, machte in Edinburgh den Master in International Business. Seit 2007 ist er alleiniger Gesellschafter, damals übernahm er das Reisebüro vom Gründer Christian Neipp. In diesem Jahr hat der Unternehmer, der seit der Geburt seiner drei Kinder erstmal auf Reisen in die Ferne verzichtet, zwei Projekte vor sich: Das Reisebüro zieht in größere Räume und er wird heiraten.

Siamar sammeln die Mitarbeiter unverdrossen alle gebuchten Umsätze und melden sie an die jeweiligen Hotelzentralen. „Das ist eine Heidenarbeit“, sagt Riebel. Den Aufwand hält er für lohnenswert, denn so ist Siamar Reisen bei seinen Hotelpartnern nicht einfach nur ein anonymer Partner. Das zahlt sich letztlich für den Kunden aus, der bei seinem Aufenthalt auch mit dem ein oder anderen Vorteil vor Ort rechnen kann.

## DIGITAL DIE KOMPETENZ BEWEISEN

Ganz anders sieht es auf der Website der Leipziger aus. Während viele Reisebüros sich mit einem schnöden Online-Auftritt begnügen, zieht Siamar alle Register. Die Online-Präsenz besteht aus mehr als 7800 Seiten, die mit Reisevorschlägen und Hotels gespickt ist. „Auch das haben wir alles händisch eingegeben“, sagt Riebel. Der Siamar-Chef will mit diesem aufwändigen Online-Auftritt den Kunden die Kompetenz und Produktkenntnis des Reisebüros bei den 15 Fernreisezielen unter Beweis stellen.

Eine Buchungsfunktion gibt es jedoch nicht. Das ist die bewusste Entscheidung für die persönliche Beratung durch die Mitarbeiter. Der Kunde stellt auf der Website eine Anfrage. Nach etwa 24 Stunden meldet sich ein Siamar-Mitarbeiter zu einem ausführlichen Beratungsgespräch.

Dass sich die Reiseverkäufer bestens in den Reisezielen auskennen, ist für Riebel unerlässlich. Sie haben für die Kunden jede Menge Geheimtipps und ausgefallener Hotels in petto. Diese entdecken sie auf zahlreichen Info-Reisen, die sie abseits der üblichen Pfade führen. „Das“, so Riebel, „ist in der Verkaufskompetenz extrem abschlussfördernd.“ Dabei ist es dem Chef wichtig, dass der

Kunde von Beginn an „seinen“ Berater hat. „Kundenbindung läuft über den Mitarbeiter und nicht über das Unternehmen“, ist er überzeugt. Diese Beziehung wird technisch unterstützt. Die Telefonanlage ist mit der Kundendatenbank verknüpft, und jeder Verkäufer sieht direkt auf dem Bildschirm, ob sein Kunde anruft.

Seine Webpräsenz nutzt das Reisebüro nicht nur als Kompetenzschaukasten, sondern auch zur Gewinnung neuer Kunden. In den Hauptbuchungszeiten fährt Riebel das Budget für Google Adwords drastisch herunter. „Im Web findet uns dann kein Neukunde“, sagt der 41-Jährige. Dreht er den Geldhahn auf, strömen neue Kunden wieder bundesweit über die Website herein.

## VON REGELN UND KREATIVEN FREIRÄUMEN

Wie flexibel das Unternehmen reagiert zeigt sich auch an der Idee einer „Wissensmanagerin“. Sie sollte eigentlich das Know-how unter den Kollegen weiterleiten. Recht zügig hat sich herausgestellt, dass dies nicht notwendig ist. Vielmehr geht es nun um eine individuelle Ermittlung des Schulungsbedarfs für die einzelnen Mitarbeiter. Es handelt sich also eher um Personalentwicklung – die die Kernkompetenz eines Spezialisten stärken soll. Das soll eine Strategie für Info-Reisen sicherstellen. Dabei legt Siamar auch eigene Seminarreisen auf. „Die sind zwar teurer, aber wesentlich intensiver.“

Jüngste Idee ist ein Verkaufshandbuch. „Im roten Buch“, wie es Riebel nennt, sollen Arbeitsstrukturen, Inhalte und Leitfäden für Verkaufsgespräche festgeklopft werden. Mit so festgezurrtter Service-Qualität soll Siamar „das beste Fernreisenbüro Deutschlands werden.“

**fvw**