

Ideen für den Nachwuchs

Mitarbeiter-Not: Wie unterschiedlich Reisebüro-Zentralen die größte Branchen-Herausforderung der Zukunft angehen

Von Matthias Gürtler

Digitalisierung, Online-Konkurrenz durch Gutscheine, Direktvertrieb und sinkende Provisionen: Der Reisebüro-Vertrieb kann sich über die Herausforderungen nicht beklagen. Das größte Problem allerdings ist ein anderes: die zunehmende Personalnot am Counter.

So sahen zahlreiche Reisebüros der Kooperation Deutscher Reising zum Start des Last-Minute-Geschäfts in diesem Jahr „nicht unbedingt die Notwendigkeit, mit Ad-hoc-Maßnahmen im Marketing-Bereich“ Nachfrage zu erzeugen. Der Grund: Vielerorts fehlte es schlichtweg an Manpower.

Neues Personal statt Marketing

Statt ins Marketing zu investieren, definierte die Kooperation einen ganz anderen Schwerpunkt: „Unser Fokus liegt auf dem Erschließen neuer Personalquellen“, berichtet Vorstand und Reisebüro-Chef Wolfgang Schmidt.

„Ohne gute Mitarbeiter geht gar nichts“, ist sich auch Derpart-Chef Aquilin Schömig bewusst. Doch die entscheiden sich immer öfter für eine andere Branche. Verschärft wird das Problem zudem durch die Tatsache, dass in den kommenden Jahren viele Agenturinhaber in den Ruhestand gehen. „Da geht viel Expertise verloren“, warnt Schömig.

Die Lösung dafür sind Gründungs- und Nachwuchsoffensiven, wie sie etwa von den Reisekonzernen sowie Reisebüro-Organisationen wie der QTA, Best-Reisen, AER, Derpart, TVG und Reiseland vorangetrieben werden. Die letzteren drei haben unter anderem Gründerkonzepte entwickelt, bei denen jungen Unternehmern fertige Reisebüros zur Verfügung gestellt werden – inklusive Einrichtungskonzept, Hilfe bei Buchhaltung, passender Technik und beim Marketing-Paket.

Die Erfolge sind erstaunlich. Vor allem die Marke Sonnenklar TV Reisebüro kann inzwischen auf eine

ganze Reihe erfolgreicher Neugründer verweisen, deren Geschäfte oftmals sogar besser laufen als die alteingesessener Büros.

Auch Anna Schwingenschlögl, Franchise-Chefin von Reiseland, ist stolz auf ihre Jungunternehmer. Es sei beeindruckend, wie kreativ und unvoreingenommen diese ans Werk gingen.

Die Grundlage dafür legt Reiseland seit einiger Zeit mit einem Konzept. Von den Inhaberkonzepten abgesehen ist es aus Sicht von TVG-Geschäftsführerin Birgit Aust wichtig, neue Wege zu finden, „um gute Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten“. Beides gehe „Hand in Hand“.

Die TVG hat dafür ein Quereinsteigerprogramm und ein Trainingsportal mit dem Namen „I-Camp“ entwickelt, die QTA hat eine ganze Akademie mit Schulungen und Job-Portal freigeschaltet.

Dabei gehe es auch um das „Führen und Betreuen“ der Mitarbeiter, um die Frage, wie Unternehmens- und Mitarbeiterinteressen miteinander vereint werden könnten sowie um das Thema Motivation, berichtet Projektleiterin Melanie Debbertin.

Fokus auf Motivation beim Nachwuchs

Letzteres ist ein zentraler Punkt der Nachwuchs-Offensiven, wie sie unter anderem von Reiseland, Best-Reisen und vom AER aufgelegt wurden.

So schickt Reiseland Azubis etwa nach Ägypten, um in Hotels vor Ort praktische Erfahrungen zu sammeln. Best-Reisen lud Ende Juni zum Azubi-Camp nach Mannheim, schickte den Nachwuchs Mitte September auf die Seychellen und veranstaltet ein Azubi-Wochenende bei Studiosus.

Der AER lädt jährlich zu den Academy Days nach Berlin ein. Unter dem Motto „Born Digital“ lernten die Teilnehmer in diesem Jahr in einem Kreativstudio innovative Technik kennen, diskutierten über die Zukunft des stationären Handels, erhielten News von G Adventures und feierten ordentlich. Denn auch das gehört zu guter Motivation dazu.

Alltours: Mobilnummer jetzt Pflicht

Nach TUI macht Alltours die Eingabe der Mobiltelefonnummer des Kunden zur Pflicht. Ab sofort muss sie bei Buchung im Feld „Mobil-Nr.“ im CRS eingegeben werden. Fehlt sie, kann der Vorgang nicht abgeschlossen werden. Der Veranstalter erklärt den Schritt durch die Aktualisierung einer Iata-Resolution.

Über die Nummer wird über Flugunregelmäßigkeiten informiert. Alltours versichert den Agenturen in einem Vertriebschreiben, dass die Nummern nicht für Marketing-Zwecke genutzt werden. (ah)

Kreuzfahrt-Demo: Reisebüros zu

Während 300 Umweltaktivisten Mitte Juli in Kiel gegen den Kreuzfahrttourismus demonstriert haben, blieben die Reisebüros, vor denen Demonstrationen angekündigt waren, geschlossen. „Wir haben uns entschieden, aus Sicherheitsgründen nicht zu öffnen“, sagte ein Mitarbeiter des TUI-Reisecenters an der Dänischen Straße. TUI teilte darüber hinaus mit, dass aufgrund der angekündigten Demonstration das zu erwartende Geschäftsvolumen für diesen Tag nicht groß gewesen sei, „so dass wir uns entschlossen hatten, den Tag für andere betriebliche Zwecke zu nutzen“. (uf)

Cook: Fosun soll übernehmen

Für den angeschlagenen Reisekonzern Thomas Cook zeichnet sich eine Lösung ab. Wie das Unternehmen mitteilte, will der bisherige Großaktionär Fosun Mehrheitsaktionär werden und die Banken wollen ihre Kredite in Anteile umwandeln. Damit würde Thomas Cook eine Finanzspritze von rund 835 Millionen Euro erhalten. Der Aktionär könnte die Kontrolle des Reisegeschäfts und einen Minderheitsanteil am Fluggeschäft übernehmen. Fosun gehören bereits jetzt 18 Prozent der Aktien am Thomas-Cook-Konzern. Bis zum Herbst soll der Deal abgeschlossen sein. (ta)



Digital Natives: Nachwuchstouristiker der Reisebüro-Kooperation AER in Berlin

Foto: AER