



Presseinformation

Neuartiges strategisches Entwicklungskonzept

Aufwärtsspirale für Reisebüros durch meinreisespezialist „Zukunftswerkstatt“

Burghausen, 24. Juli 2017. – „Zukunftswerkstatt“ heißt ein auf mehrere Jahre angelegtes strategisches Entwicklungskonzept von meinreisespezialist. Ziel der Workshop-, Coaching- und Netzwerk-Offensive ist es, die Partner der rtk Reisebüromarke insbesondere auf den Feldern Personalwirtschaft, Marketing sowie Vertrieb nachhaltig zu stärken und den Reisebüro-Ertrag zu steigern. Nach dem Startschuss auf dem meinreisespezialist Forum Ende März in den italienischen Abruzzen haben in einer ersten Runde bundesweit neun Zukunftswerkstätten und zahlreiche Arbeitskreise stattgefunden. Die nächste Phase mit Werkstätten und Schulungen wird bereits vorbereitet. „Wir wollen uns klar vom Wettbewerb abgrenzen, profitabler arbeiten und eine der begehrtesten Reisebüromarken werden – sowohl für Reisebüro-Unternehmer als auch für unsere Kunden“, sagt Peter Möschl, bei rtk Leiter von meinreisespezialist.

Begleitet wird das Projekt vom Berliner Business-Coach Martin Hein, der selbst mehrere Reisebüros besitzt. Hein gibt nicht nur kompetente Tipps für Personalführung, Vertrieb und Marketing. Er setzt darüber hinaus Impulse, damit sich die „Reisespezis“ selbst Lösungen für Alltags-Herausforderungen erarbeiten können. „Reisebüroinhaber kennen ihr Personal und ihre Arbeitsumgebung so gut wie niemand sonst. Sie sind daher selbst die besten Lösungsexperten“, erläutert Martin Hein. Oftmals sei nur der Blick auf den richtigen Weg versperrt.

Der Fokus wird vor allem auf Ideen gelenkt, die geringe Zusatzkosten verursachen. Beispielsweise gibt es in Reisebüros häufig keine professionellen Personalgespräche, um Probleme zu identifizieren oder die Motivation zu steigern. Diskutiert wurde auch über die Identifikation von Zielgruppen, auf die in der Folge Kommunikationskanäle angepasst werden müssen. Martin Hein: „Die Märkte verändern sich rasant und die Preisbindung schränkt wirtschaftliches Handeln ein. Wir sind im Gegensatz zu Onlinern jedoch stark in der direkten Kommunikation mit Kunden, können gute Geschichten erzählen und einen ansprechenden Außenauftritt mit professionellem Corporate Design und möglichst gleicher Service-Qualität bieten.“ Man dürfe sich nur nicht dazu

**Raiffeisen-Tours
RT-Reisen GmbH**
Burgkirchener Str. 143
T 08677/9180
F 08677/918119
marketing@rt-reisen.de
www.rt-reisen.de

verleiten lassen, dieses in der Regel bekannte Grundwissen aufgrund des fordernden Alltags auszublenden, so Hein.

Die Zukunftswerkstatt-Teilnehmer arbeiteten auch an Konzepten für eine angenehmere Reisebüroatmosphäre – angefangen bei aufgeräumten Schreibtischen, über den Verzicht von Katalogwänden und zu vielen Markenbotschaften, bis hin zum Einsatz von zur Zielgruppe passenden Musik und Düften. Der Tenor: Auf Eingefahrenes verzichten. „Wenn Online-Buchen immer einfacher wird, müssen wir Kunden zusätzliche Gründe liefern, zu uns zu kommen“, resümiert Peter Möschl. Herausgearbeitet wurden darüber hinaus Ideen, wie man Online zum Beispiel mit individuellen Reiseberichten einen besseren „digitalen Footprint“ hinterlässt. Klasse aus dem Reisebüro statt Masse aus dem Web.

Die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt entscheiden selbst, welche Impulse zu ihrem Reisebüro passen. Dennoch formulierten sie persönliche Aufgabenkataloge, die sie über regionale Peer-Groups mit meinreisespezialist Partnern diskutieren und sogar gegenseitig kontrollieren. Als Resultat sollen neben vielen Sofortlösungen zum Beispiel Handbücher entstehen, die tägliche Arbeitsabläufe in Reisebüros regeln oder Standards für den Umgang mit Kunden setzen. Individuelle Einzellösungen können bei Einzel-Coachings entwickelt werden. Auf diese Weise soll eine Aufwärtsspirale in Gang gesetzt werden. „Schon jetzt verzeichnen erste Reisebüros nach dem Umsetzen von Maßnahmen nennenswerte Umsatzsteigerungen“, freut sich Peter Möschl. Ein wichtiger Kurs in Richtung Zukunftssicherung. „Denn der Markt ist unbittlich. Sogar große Marken wie Nokia und Schlecker sind verschwunden, weil sie strategische Neuausrichtungen verpasst haben“, mahnt Business-Coach Hein. „Die Reisebüros von meinreisespezialist soll es aber gestärkt auch in zehn Jahren geben.“

Als größte Reisebürokooperation Europas umfasst die **rtk Gruppe** mit Hauptsitz in Burghausen derzeit rund 4.000 Reisebüros und bündelt einen Umsatz von 3 Mrd. Euro. rtk (Raiffeisen-Tours-Kooperation) bietet ihren Partnern nicht nur professionelle und innovative Lösungen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Technologie, sondern auch den Vorteil eines flächendeckenden Netzwerks. Darüber hinaus befindet sich unter dem Dach der rtk auch die neutrale Reisebüromarke meinreisespezialist mit rund 300 Partnerbüros.

Redaktionskontakt:

Jörg Nielsen
 SK medienconsult GmbH
 Tel.: 0211-557945-0
 Mobil: 0170-5467015
 E-Mail: joerg.nielsen@sk-medienconsult.de