

Vertrauen, das trägt: TVG steigert Partnerzufriedenheit auf Spitzenwert

Aktuelle Analyse zeigt: 92 Prozent der Franchisepartner würden sich erneut für die Zusammenarbeit entscheiden

München, 17. März 2026. Die TVG Touristik Vertriebsgesellschaft (TVG) hat ihre aktuelle Zufriedenheitsanalyse unter den Franchisepartnern überaus erfolgreich abgeschlossen. Die Befragung erfolgte Ende 2025 durch das unabhängige Institut igenda im Rahmen der Vollmitgliedschaft im Deutscher Franchiseverband (DFV). Voraussetzung für die regelmäßige Bestätigung der Mitgliedschaft ist eine anonyme, standardisierte Partnerbefragung. Ein Instrument, das Transparenz schafft und Qualität messbar macht.

Von den befragten Franchisepartnern antworteten 65,1 Prozent. Diese hohe Rücklaufquote unterstreicht die hohe Beteiligung und das ausgeprägte Interesse der Partner gerade auch nach der FTI-Insolvenz, die Weiterentwicklung des Systems aktiv mitzugestalten.

Weiter gestiegene Zufriedenheit

Die zentrale Botschaft der Untersuchung: Die Partner sind mit dem Franchisesystem der TVG sehr zufrieden – und bewerten es sogar noch besser als bei der letzten Erhebung im Jahr 2022. 89 Prozent der Befragten beurteilen die Zusammenarbeit mit „gut“ oder besser. Besonders positiv bewertet werden die Betreuung und Leistungen der Systemzentrale, der Markenauftritt sowie der geschäftliche Erfolg.

Bemerkenswert ist zudem die ausgeprägte Loyalität: 92 Prozent der Partner würden sich erneut für eine Zusammenarbeit mit der TVG entscheiden. 88 Prozent sprechen eine klare Weiterempfehlung als Franchisegeber aus. Werte, die im Branchenvergleich herausragen. „Die hohe Zufriedenheit der Franchisepartner ist bemerkenswert, gerade im Vergleich zu anderen Untersuchungen innerhalb der Franchisewirtschaft“, betont Dr. Marin Ahlert vom Institut igenda. „Insbesondere die Loyalitätswerte und die positiven Rückmeldungen zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit liegen über dem Durchschnitt vergleichbarer Systeme.“

Krisenstärke als Vertrauensanker

Ein wesentlicher Treiber der positiven Entwicklung liegt nach Einschätzung der Befragten in der Führungskompetenz der Zentrale, insbesondere in herausfordernden Zeiten: Sowohl die Corona-Pandemie als auch die jüngsten Marktverwerfungen, etwa im Zusammenhang mit der FTI-Insolvenz, stellten den stationären Vertrieb vor enorme Aufgaben.

Hier attestieren die Partner der TVG eine klare, verlässliche und lösungsorientierte Steuerung. Die Systemzentrale habe Orientierung gegeben, frühzeitig informiert und konkrete Unterstützung geleistet. „Gerade in bewegten Zeiten zeigt sich die Qualität eines Systems“, sagt Birgit Aust, Geschäftsführerin der TVG. „Dass unsere Partner uns ein so hohes Maß an Vertrauen entgegenbringen, bestätigt unseren strategischen Kurs. Wir verstehen uns nicht nur als Dienstleister, sondern als aktiver Mitunternehmer an der Seite unserer Reisebüros.“

Auch Cornelia Koch, Head of Partnermanagement, sieht in den Ergebnissen ein starkes Signal: „Die hohe Beteiligung an der Befragung zeigt, wie eng die Bindung innerhalb unseres Netzwerks ist. Für das Vertrauen, die Offenheit und die konstruktiven Rückmeldungen unserer Partnerinnen und Partner bedanken wir uns ausdrücklich. Dieses Feedback ist für uns Ansporn und Verpflichtung zugleich.“



Über die TVG – viel.mehr.reisebüro.

Die Touristik Vertriebsgesellschaft bietet mit ihren Partnermodellen an rund 200 Standorten innovative und zukunftsweisende Reisebürokonzepte im Franchising. Mit der exklusiven Integration des führenden TV-Reiseshopping-Senders „sonnenklar.TV“ bietet die TVG zudem ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal im deutschen Reisebürovertrieb, da die angeschlossenen Reisebüros ihren Kunden neben einem Vollsortiment auch die attraktiven Aktionsangebote von sonnenklar.TV anbieten. Die Einzigartigkeit dieses Omnichannel-Ansatzes ist nicht nur ein besonderer Wettbewerbsvorteil, sondern auch ein Garant für mehr Reichweite und Aufmerksamkeit beim Kunden. Die erfolgreichen Reisebüropartner bilden eine beeindruckende Gemeinschaft von Unternehmern.