Das Team von Schöner Reisen packt's an (von links): Sebastian Rosmus, Pat Müller, Marie Meier, Susi Pawelzik, Dirk Fehring-Prieß und Claudia Zubeil.

Ein Reisebüro erfindet sich neu

FOTOS: EMMANUEL DECOUARD · SANDRA KUHNAPFEL

Persönliches im Schaufenster: Schöner Reisen wirbt jetzt mit Fotos von Mitarbeitern.

Blitzblank und aufgeräumt: Die Agentur hat sich eine deutlich luftigeres Erscheinungsbild gegeben.

Seit einem Jahr läuft beim Reisebüro-Netzwerk Mein Reisespezialist die Zukunftswerkstatt. Die Workshops bringen Agenturen in Schwung – wie ein Beispiel aus Uetze zeigt.

Georg Kern

Beim Reisebüro Schöner Reisen in Uetze bei Hannover stehen die Mitarbeiter neuerdings im Schaufenster: Auf großen Fotos sind sie zu sehen, lächeln den Betrachter einladend an und werben für Angebote. „So vermitteln wir nicht nur Kompetenz, sondern auch Freundlichkeit und Verbindlichkeit", sagt Inhaber Sebastian Rosmus. Die Schaufenster-Auslage ist Teil eines ganzen Bündels an Neuerungen, mit denen es die Agentur geschafft hat, ihre Umsatzentwicklung zu verbessern.

Alles neu bei Schöner Reisen: Das Reisebüro hat sich in den vergangenen zwölf Monaten nicht weniger als ein zweites Mal erfunden. Möglich machte das auch die Zukunftswerkstatt des RTK-Reisebüro-Netzwerks Mein Reisespezialist, dem Rosmus angehört. Hier holte sich der Agentur-Inhaber wichtige Ideen, die für andere Büros ebenfalls interessant sein könnten. Denn auch wenn Rosmus in die Beratung und die Maßnahmen investiert hat: „Viele Ideen sind vergleichsweise einfach und preiswert umzusetzen – und ich frage mich rückwirkend, warum ich das nicht längst gemacht hatte."

Wie stellt sich die Agentur aus Kundensicht dar?

Dabei war der Handlungsdruck für Rosmus erheblich: „Meine Umsätze sanken. So wie bisher konnte es nicht weitergehen." Für die Gründung einer Initiative zur Verbesserung von Reisebüros hatte sich auch Rosmus selbst bei Mein Reisespezialist eingesetzt – im Frühjahr 2017 rief das Netzwerk die Zukunftswerkstatt ins Leben. Sie gibt den rund 300 Büros der RTK-Dachmarke die Möglichkeit, Workshops zur Umsatzsteigerung mit Maßnahmen zur Reisebüro-Gestaltung oder zum Marketing zu belegen. Die Beratung erfolgt in Gruppen oder Einzelcoachings, die hinzugebucht werden können. Geleitet wird die Zukunftswerkstatt von Martin Hein, zertifizierter Business Coach, Unternehmer und selbst Inhaber einer Reisebüro-Kette.

„In enger Zusammenarbeit sind wird das Erneuerungsprojekt angegangen", sagt Rosmus. Eine Leitfrage sei gewesen, wie sich das Reisebüro und sein Service aus Kundensicht darstellen. Weitere wichtige Maßnahmen für die Neuaufstellung des Büros sind:

- **Verkaufsraum umgestalten:** Rosmus räumte auf und brachte seine Agentur auf Hochglanz. „Klare Linien, weniger ist mehr: Das sind gute Maßgaben für eine Reisebüro-Gestaltung", sagt er. Die Zahl der Kataloge wurde reduziert. Flyer verschwanden fast ganz aus dem Verkaufsraum. „Mir fiel auf, wie sehr Veranstalter mit ihrem Werbematerial Einfluss auf mein Büro genommen haben. Ich habe mein Team und den Kunden selbst wieder in den Mittelpunkt gerückt." Rosmus rät: „Einfach mal auf dem Stuhl des Kunden Platz nehmen und sehen, wie er den Schreibtisch wahrnimmt. Da findet sich manchmal nicht mal Platz für ihn, um etwas zu unterschreiben."
- **Technik verbessern:** Das Team arbeitet jetzt mit großen Monitoren. „Das gibt den Arbeitsplätzen einen sehr modernen Touch." Die Website wurde erneuert und personalisiert. Die Buchungsmaschine ist interessanterweise verschwunden. „Darüber kam zu wenig rein, und ich will den persönlichen Kundenkontakt", sagt Rosmus. Zudem hat die Agentur nun einen Social-Media-Beauftragten. „Per Facebook sind wir auf dem lokalen Markt deutlich bekannter geworden." Gepostet werde auch mal ein Angebot. Das Team lässt sich aber viel einfallen: Es singt auch mal ein Lied oder bietet ein Tänzchen zum Wochenende dar.
- **Produktportfolio entrümpeln:** Die Angebotspalette wurde überprüft. Ein Ergebnis: Schöner Reisen verkauft keine Bahntickets mehr. „Zu aufwändig, zu wenig ertragreich. Die Zeit investieren wir besser anders."
- **Arbeitsweise überprüfen:** Alle Vertriebsprozesse kamen auf den Prüfstand. Besonders wichtig: Es gibt jetzt Leitfäden, etwa für das Anrufen von Kunden, die lange nicht im Büro gebucht haben. Auch das Controlling wurde verbessert: So erhält Rosmus nun regelmäßig Updates über den Stand der Umsätze.
- **Firmenhandbuch verfasst:** Die Standards für alle Mitarbeiter wurden schriftlich festgehalten. Im Handbuch stehen Regeln von der korrekten Begrüßung des Kunden bis zur Verabschiedung. Sogar eine Kleiderordnung wurde eingeführt – die Farben blau und weiß sind gefragt, die Damen tragen Bluse, die Herren Hemd.

„Es ist nicht nur wichtig, gute Ideen zu haben, sondern sie auch möglichst zeitnah umzusetzen."

Martin Hein
Business Coach und Inhaber der Reisebüro-Kette „Die Reiserei" in Berlin

Gerade bei den letzten Maßnahmen sei es wichtig gewesen, das gesamte Team mitzunehmen, sagt Rosmus. „Die Mitarbeiter müssen die Veränderungen ja schließlich umsetzen." Die Mannschaft hat mehrere Coachings bei Hein bekommen. „Mit Sebastian Rosmus hat der Veränderungsprozess super funktioniert, gerade weil er die Herausforderungen wirklich angegangen und Maßnahmen entschlossen umgesetzt hat", sagt er. Der Erfolg könne sich ja auch sehen lassen. Laut Rosmus steigt der Umsatz der Agentur wieder: Von Januar bis April liege er um 28 Prozent über Vorjahr.

Und die Zukunftswerkstatt bei Mein Reisespezialist läuft weiter. Ziel sei es, dass am Ende alle 300 Agenturen mindestens einen Workshop erlebt haben, sagt Peter Möschl, Bereichsleiter für die RTK-Sparte. Im ersten Jahr hätten rund 100 Agenturen an einem der 15 Coachings bundesweit teilgenommen. Möschl: „Sebastian Rosmus hat die Ergebnisse sicher besonders konsequent umgesetzt. Sein Beispiel zeigt besonders schön, was alles möglich ist."