



Keine Müdigkeit vorschützen
Ein Fitnesstrainer bringt die Teilnehmer des Reisebüro-Tags auf Touren.

Reisebüro-Fitness-Tag

Muskelspiele

Ein Tag nur für die Reisebüros: interessante Workshops und eine große Portion Fitness

Ira Lanz, Fotos: Alan Ginsburg

Zig Daumen und Zeigefinger kneten sanft zig Ohrfläppchen, arbeiten sich zügig zügig Ohrmuscheln hinauf und wieder hinunter. „Denkmütze“ nennen sportlich Bewanderte diese Übung, die für rote Ohren sorgt. Und weil's so schön ist, wandern die Hände gleich an Stirn und Hinterkopf. Jetzt heißt es: feste drücken und zugleich die Oberschenkel zusammenpressen. Hosenbeine reiben knisternd aneinander, hier und da knackt ein Gelenk, ächzt ein Stuhl oder ein Teilnehmer.

Aus der Halle kriecht der verführerische Duft von frisch gebrühtem Kaffee. „Aaaaanspannen, eeeentspannen“, dirigiert Carsten Mütze. Willig folgt das Plenum im Saal den Anweisungen des eigens für den Reisebüro-Tag von Sabre-Merlin entsandten Fitnesstrainers. Sein Auftrag: die Konzentration der Teilnehmer des Reisebüro-Fitness-Tags auf Vordermann bringen.

Der Aufreger steht ganz oben auf dem Programm: Service-Entgelte! Für die meisten ein heißes Eisen. Gegenüber dem Kunden

geraten die Mittler allzu oft in Erklärungsnot. Es fehlt das Selbstbewusstsein und der Glaube an die eigene Leistung. Das will Gerhard Fuchs von den Marketing-Füchsen aus München ändern.

Marketing in eigener Sache ist gefragt. Das heißt auch, die Leistung, für die der Kunde künftig zahlen soll, kritisch zu hinterfragen. Wer glaubt, mit Erreichbarkeit, qualifizierten Mitarbeitern, Termintreue, Zeitersparnis und Höflichkeit seine Kunden begeistern zu können, muss noch einiges lernen. Fuchs: „Das ist das Minimum, was der Kunde von einem Reisebüro erwartet.“

Mit Spaß und Fakten fit für die Zukunft

Wer bei seinen Kunden trotz Service-Entgelt trumpsfen möchte, müsse einen Service liefern, der begeistert. „Machen Sie sich bewusst, was Ihr Kunde erwartet, und übertreffen Sie seine Erwartungen“, rät der Marketing-Experte. „Unser einzigartiger Verkaufsvorteil ist es, den Kunden glücklich zu machen“, gibt er den Reisemittlern

auf den Weg. „Dann sind Sie viel mehr als 45 Euro wert.“

Den Applaus nutzen Yvonne Berger und Ellen Schröder, um sich einen Platz zu suchen. Die beiden Reisebüro-Inhaberinnen aus Essen und Gladbeck sind gerade weniger begeistert: Auf der Fahrt zum Reisebüro-Fitness-Tag nach Köln standen sie im Stau. Aber die beiden wollen sich heute nicht ärgern. Zum Glück können sie unter www.fvw-kongress-zukunft.de den Vortrag im Internet lesen.

Immerhin kommen sie gerade rechtzeitig, denn im nächsten Programmpunkt dreht sich alles um Technikfakten. Täglich kämpfen sich Mittler durch einen Tarifschlingel auf der Suche nach passenden Flugraten für ihre Kunden. Wohl dem, der das richtige System hat. Auf der Bühne skizziert Theodora Dimopoulou von Dertour, welche Möglichkeiten Reisebüros mit aktuellen Tools wie Amadeus Fare Wizard, Hitchhiker-temyra.net, Sabre Flight Express und Ypsilon.net haben. 2005 wird auch Dertour Tarifvergleiche anbieten und die neue Software Highfly auf den Markt bringen.

Kunden?

ikation



Volle Konzentration
Fünf Workshops und die Travel Expo, das sind Top-Informationen für die Reisebüros.



Den Blickwinkel ändern
Viele Expedienten nehmen Anregungen für den Reisebüro-Alltag mit nach Hause.



Aerobic für den Counter
Keine Zeit für Mittagsmüdigkeit: Nach dem Fitnessprogramm folgt der Saal hellwach dem Programm.

„Ein interessantes Tool“, meint Berger. Das könnte sie sich für ihr kleines Reisebüro vorstellen. „Die Frage ist natürlich, wie teuer das wird.“ Da heißt es noch mal genau recherchieren. Die lange Mittagspause lässt auf jeden Fall genügend Zeit, auf der Travel Expo Informationen einzuholen.

Danach schlägt wieder die Stunde von Trainer Mütze. Dieses Mal zieht der Coach alle Register, animiert das Plenum zu einem Mini-Workout. Die aus ganz

Deutschland angereisten Mittler lassen sich nicht lange bitten. Jackets fliegen auf die Stühle, Krawatten werden gelockert. Der Saal turnt, was das Zeug hält – keine Spur von träger Mittagsmüdigkeit.

Ein idealer Start für Harald Sontowski von AHA Kommunikation und seinen Kollegen Helge Oelmann. Sie weihen die Zuhörer in ein paar kleine Geheimnisse der Kommunikation ein – zum Beispiel wenn ein Kunde unverblümt nach Rabatten fragt. Für die meis-

ten Reiseverkäufer ist die Vorstellung ein Graus: Eigentlich will, nein, kann keiner Preisnachlässe geben. Aber wenn der Kunde wieder buchen soll? Wer standhaft bleibt, ergeht sich meist in langatmigen Erklärungen.

Der Rat der Experten: „Einfach sagen: Nein! Das geht nicht!“ Punkt. Basta. Und dann verraten sie einen Trick: offene Körperhaltung und schweigen! „Lernen Sie, an der richtigen Stelle den Mund zu halten.“ Denn, so die Erfah-

rung der Trainer: „Die meisten Verkäufer quatschen sich um Kopf und Kragen.“ Wohl dem, der sich in Psychologie ein wenig auskennt, denn er weiß: „Der Schwächere spricht zuerst.“

„Das war der Schlüsselsatz“, sagt eine Reisebüro-Inhaberin. Energisch unterstreicht sie den Ausspruch in ihrem Notizblock. Es ist nicht das Letzte, was sie an diesem Tag so deutlich kennzeichnet: Auch beim Spanien-Workshop schreibt sie fleißig mit, obwohl sie das Land gut zu kennen meint. „Die Informationen über das Hinterland sind sehr interessant“, urteilt Yvonne Berger vom Reisebüro Holitime.

Die Reisebüro-Chefin nimmt auch dieses Jahr zahlreiche interessante Infos für ihr Reisebüro mit nach Hause. „Gerade für uns Kleinunternehmer bringt der Fitness-Tag viel“, resümiert Ellen Schröder, die im vorigen Jahr dabei war. „Wir trinken jetzt noch ein Kännchen, und dann geht’s nach Hause“, lachen die beiden. Müde sind sie kein bisschen, im Gegenteil: Sie fühlen sich jetzt fit für die Zukunft.

fww