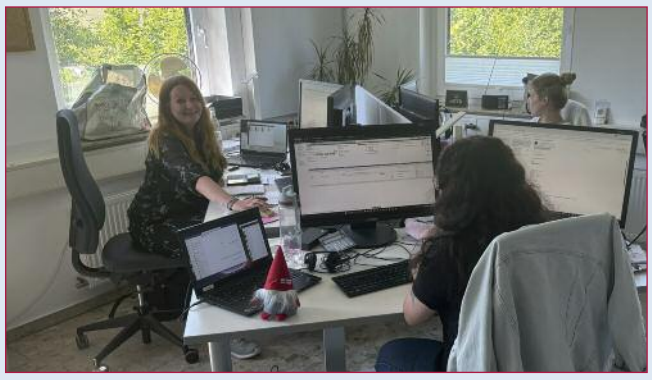
Kreativ und Konstant

Wie bei Service-Reisen aus einer Reise viele werden



Gute Stimmung in der Skandinavien-Abteilung …

(coe) Stellen Sie sich vor, Sie wären eine neue, frisch entstandene Reiseidee, die irgendwann einmal in einem „ideenBuch" von Service-Reisen stehen soll. Doch davon sind Sie noch weit entfernt. Sie sind gerade erst „geboren" worden – vielleicht im Kopf von Sandra Lobbes (Produktmanagerin in der Italien-Abteilung), gerade in dem Moment, als sie selbst in Italien eine kleine Espresso-Rösterei besucht hat und sich nun überlegt, wie man dieses Erlebnis mit in eine neue Service-Reisen-Reiseidee packen kann. Vielleicht sind Sie auch Silke Körner (Produktmanagerin in der Mittelmeer-Abteilung) in den Kopf geschossen, die gerade privat in Spanien unterwegs war und die vom Hotelmanager hörte, dass das Hotel auch eine Silvesterfeier anbietet und die nun weiter darüber nachdenkt, wie schön eine Gruppensilvesterreise in genau dieses Hotel wäre. Eventuell sind Sie auch bei Antje Breitmeier (Reiseplanerin in der Skandinavien-Abteilung) entstanden, die selbst einige Monate in Finnisch Lappland als Reiseleiterin verbracht und dort die Kunden vor Ort getroffen und begleitet hat. Oder Sie sind in einem zufälligen Gespräch zwischen Michèle Rumpf (Produktmanagerin Dänemark) und Eva Frank (Bereichsleiterin Nord & Osteuropa) entstanden. Bei Service-Reisen gibt es viele Möglichkeiten, wie eine Reiseidee zustande kommt, und mindestens genau so viele Möglichkeiten, wie die Reise dann am Ende auch ausgestaltet wird: „Ich bin mir nicht sicher, ob eine Reise, tatsächlich schon mal so stattgefunden hat, wie sie hier steht", schmunzelt Claudia Pascher-Kneissl (Geschäfsführerin bei Service-Reisen), während sie durch das aktuelle „ideenBuch" auf dem Campus von Service-Reisen in Gießen blättert. „Wir schneiden jede Reise wirklich individuell auf den Kunden zu, mit kleinen Besonderheiten, anderen Bausteinen, speziellen Wünschen. Jede Reiseidee macht sich auch ein wenig selbstständig", erläutert sie.

Herausforderungen

Doch bevor sich diese Reiseidee selbstständig machen kann, muss sie sich erst mal entwickeln, einige Herausforderungen überwinden, buchbar sein und gewollt werden. Davon wissen Sie als frisch entstandene Reiseidee aber erst einmal nichts. Sie wissen nichts von den Schwierigkeiten, die immer komplexere Online-Buchungssysteme den Einkäufer/innen bei Service-Reisen stellen. Auch die kollidierenden Buchungsfenster stören Sie erst einmal nicht. Sie wissen noch nicht, dass Sie darauf geprüft werden, ob Sie sich weiterentwickeln können, ob Sie für die Zielgruppe geeignet sind, ob Sie sich an einen sich verändernden Markt anpassen können, ob Sie flexibler werden können, eine jüngere Zielgruppe ansprechen oder vielleicht einen Busunternehmer motivieren können, ein neues Zielgebiet in sein Programm aufzunehmen. Sie wissen nicht, dass sich die Mitarbeitenden von Service-Reisen darum kümmern müssen, dass Sie trotz steigender Nachfrage für die Kunden erschwinglich bleiben, und allen Ansprüchen, die an Reisen von Service-Reisen gestellt werden, auch genügen müssen. Dass Sie also aus vielen verschiedenen, individuell anpassbaren Elementen bestehen, dass Sie ein schönes Erlebnis verschaffen müssen, dass Sie so gut organisiert und im Vorfeld getestet sein müssen, dass den Busunternehmen, die die Reise, die aus Ihnen als Idee wird, später durchführen. All das ist Ihnen egal, Sie sind gerade frisch entstanden und verlassen sich darauf, dass bei Service-Reisen etwas aus Ihnen werden kann.

Ablauf

Damit aus einer Reiseidee eine buchbare und erfolgreiche Reise für Busunternehmen werden kann, hat Service-Reisen eine neue Unternehmensstruktur entwickelt – „Service-Reisen 3.0" sozusagen. Seit dem 1. Februar arbeiten die Teams jetzt wieder in Länderabteilungen zusammen – und innerhalb der Abteilungen haben sich die Mitarbeitenden spezialisiert, auf Einkauf, Reiseplanung, Produktdesign, Produktmanagement, Tourmanagement oder operativen Vertrieb. „Die Reisen wandern jetzt in den einzelnen Abteilungen durch die verschiedenen Stationen. Das macht uns flexibler und reaktionsschneller und natürlich sind so auch schnelle Absprachen möglich", erläutert Henning Arens (Bereichsleiter Südeuropa, Mittelmeer & Fern). Es entsteht eine Art Ping-Pong-Spiel zwischen dem spezifischen Wissen der einzelnen Mitarbeitenden – so kann die Reise im Schnelldurchlauf auf alle möglichen Hindernisse und Probleme geprüft werden und bekommt – beispielsweise durch die Kundenrückmeldungen an den operativen Vertrieb – schon vor der Durchführung einen Realisierungscheck. „Es weiß nicht jeder alles, aber wir alle zusammen wissen alles", bestätigt auch Antje Breitmeier. Unter anderem aus diesem Grund sind auch alle Mitarbeitenden bei Service-Reisen dazu angehalten, mindesten einmal im Jahr in das jeweilige Zielgebiet zu reisen. „Natürlich hilft es auch, die persönlichen Kontakte zu vertiefen und zu erneuern", erläutert Silke Körner. „Wir suchen auch sehr eng den Kontakt zu den Tour Guides vor Ort", bestätigt Sandra Lobbes, „die Toskana beispielsweise ist natürlich ein viel angefahrenes Zielgebiet. Als wir vor Ort waren, hat uns ein Tour Guide von Pistoia erzählt – eine eher unbekannte Stadt. Wir sind hingefahren und fanden es total schön und haben dann direkt damit begonnen, die Stadt als Element in unsere Toskana-Reisen aufzunehmen." Auch in der Skandinavien-Abteilung bringen die persönlichen Erfahrungen und der gute Kontakt zu den Menschen vor Ort einen Mehrwert: So können beispielsweise Tagesausflüge auf den Fahrplan der großen Kreuzfahrtschiffe abgestimmt werden – die Verfügbarkeit der Guides, die Befahrbarkeit der Straßen und die nicht ganz unwichtige Entspannung bei der Reise bzw. bei dem jeweiligen Ausflug können so gesichert werden. Auch den dualen Studenten oder Azubis bei Service-Reisen wird die Möglichkeit geboten, eine Reise zu begleiten. „Man braucht diese Erfahrung, es sollte jede/r mal in einem Bus gesessen haben, um zu wissen, dass ich den nicht eben mal auf der Straße parke und wende wie ein Auto. Meine Eltern waren Reiseleiter, ich bin sozusagen im Bus groß geworden, ich weiß wie schwierig es auch für die Busfahrer/innen ist, wenn sich die „Bürotiger" etwas ausgedacht haben, ohne die Gegebenheiten vor Ort zu kennen", erläutert Sandra Lobbes. „Die Erfahrung hilft auch bei der Planung: wie lange dauert denn beispielsweise eine Toilettenpause bei einer Gruppenreise, wie lange dauert es einzuchecken, wie lange bis jede/r Teilnehmer/in sein Zimmer gefunden hat", ist sich Antje Breitmeier sicher.

KI und Individualisierung

Jetzt könnte man sich natürlich die Frage stellen, ob Künstliche Intelligenz oder Programme wie ChatGPT hier helfen könnten. „Ich habe letztens mal einen Reiseverlauf von ChatGPT für eine Italienreise erstellen lassen und sie dann einem Kollegen aus der Italienabteilung gezeigt", berichtet Nick Stöckl, dualer Student bei Service-Reisen. „Es hat sich herausgestellt: die beiden geplanten Hotels hätten von einem Bus nicht angefahren werden können, weil man dafür eine Brücke passieren muss, die nicht für Busse befahrbar ist". Das ist aber nicht als „Nein" zur Digitalisierung, zur Standardisierung oder eben auch zur Modernisierung zu sehen. „Natürlich streben wir ein hohes Maß an Standardisierung und Digitalisierung an, da führt gar kein Weg dran vorbei", so Matthias Liebe-Kleymann (Bereichsleiter Marketing), „aber gerade da es hier bei Service-Reisen auch viel um Individualisierung von Reisen geht, zeigt sich, dass diese Standardisierung und Digitalisierung das individuelle Wissen der einzelnen Mitarbeitenden in Kombination um so wertvoller machen."

Durchführung

Sie sind als Reiseidee nun also einmal auf Herz und Nieren geprüft worden und mit dem speziellen Wissen der einzelnen Mitarbeitenden angereichert worden. Vielleicht haben Sie auch schon genau zu einem Unternehmen gepasst und sind genau diesem Unternehmen angeboten worden. Denn natürlich wird bei Service-Reisen schon im Vorfeld darauf geachtet, dass die angebotene Reise zu den jeweiligen Unternehmen passt. Wenn Sie eine Reiseidee für den Raum Italien oder Mittelmeer sind, dann ist es wahrscheinlich, dass sie eher eine Standortreise geworden sind. In Skandinavien wiederum liegen eher Rundreisen im Trend – wobei sich insgesamt die durchschnittliche Reisedauer bei Service-Reisen im Vergleich zum Vorjahr um einen Tag verlängert hat. Nun sind Sie in einem Newsletter oder auf der Homepage oder vielleicht sogar in einem Sonderfolder beworben worden.

… und in der Abteilung Italien/Mittelmeer.

Die Hürde, die Sie als Reise nun noch nehmen müssen ist die, dass Sie wirklich durchgeführt werden können. Nahezu jedes Busunternehmen ist vom Fachkräftemangel und insbesondere vom Mangel an Fahrer/innen betroffen, es gibt also durchaus die Situation, dass eine schon gebuchte Reise nicht stattfinden kann, weil es niemanden gibt, der den Bus fahren kann. Oder die Reise kann stattfinden, aber nur mit einem Fahrer/in der kurzfristig einspringt und sich vielleicht im Zielgebiet nicht so gut auskennt. Das Busfahrer/innen bei Gruppenreise zeitgleich Reisebegleitung, Reiseleitung und eben Fahrpersonal sind, weiß man bei Service-Reisen nur zu gut. „Ich hatte einmal einen Busfahrer am Telefon, der auf Grund einer Panne im Niemandsland zwischen Finnland und Russland stecken geblieben war, von keiner Seite wurde jemand zur Reparatur zugelassen. Ich fragte wie ich helfen kann, der Busfahrer erzählte, dass er die Gäste zu Fuß nach Finnland geschickt habe, einen Ersatzbus organisiert hatte und bei der Fährgesellschaft Bescheid gegeben hatte, dass die Gruppe nun ohne Reisebus an Bord gehen würde. Er wollte auf ein größeres Fahrzeug warten, das ihn abschleppen kann. Ich fragte ihn nochmal, wie ich helfen könnte, woraufhin er sagte: Gar nicht, ich wollte nur mal meinen Frust loslassen", erzählt Sandra Lobbes amüsiert von einer Situation am Notfalltelefon, „Er hat alles organisiert, ich musste nur noch die Fährpassage für den reparierten Bus buchen." Aber genau für diese Situationen ist natürlich auch während der allein rund 800 Service-Reisen-Reisen pro Jahr in Richtung Skandinavien immer ein Mitarbeitender am Notfalltelefon. Und auch sonst versucht Service-Reisen, im Vorfeld alles so einfach wie möglich für die Busunternehmen zu machen. „Gerade in Zeiten des Personalmangels ist es umso wichtiger, dass unsere Reiseunterlagen ausführlich und gut sind, damit wir da vor Ort auch entsprechende Unterstützung leisten", erklärt Claudia Pascher Kneissl.

Direkt vor Ort

Diese direkte Unterstützung leistet Service-Reisen beispielsweise auch, in dem Steffen Kamenicek von Anfang Juni bis Ende Juli auf den Lofoten weilt, die Busunternehmen vor Ort unterstützt, sich Feedback abholt und dort Hilfestellung gibt, wo welche gefragt ist – sei es bei einer spontanen Hotelumbuchung oder der Frage, wie man ein zu spät bestelltes Mitbringsel irgendwie doch noch mit in die Heimat nehmen kann.

Steffen Kamenicek bei einem Videotelefonat von den Lofoten.

Nachbearbeitung

Auch im Nachhinein werden von Service-Reisen noch Kundenrückmeldungen eingeholt, um schon vorhandene Reisen anzupassen und zu verbessern – sei es eine andere Fährablegestelle, bei der der Busparkplatz näher gelegen ist oder der Wunsch nach einer anderen Reihenfolge der einzelnen Bausteine. Auch hier spielt wieder das ganze Team innerhalb der Länderabteilungen zusammen. Wenn Sie also von einer Reiseidee zu einer angebotenen Reise geworden sind, werden aus Ihnen viele unterschiedliche Reisen – manchmal ganz ähnlich zur ursprünglichen Reiseidee, manchmal ganz anders. Aber immer sorgfältig durchdacht, mit Blick aufs Detail geplant und mit viel Herzblut umgesetzt.

Und nun stellen Sie sich vor, Sie hätten oder brauchen eine Reiseidee …

Sandra Lobbes (Produktmanagement), Henning Arens (Bereichsleiter Südeuropa, Mittelmeer & Fern) und Silke Körner (Produktmanagement).

Antje Breitmeier (Reiseplanung), Eva Frank (Bereichsleitung Nord & Osteuropa) und Michèle Rumpf (Produktmanagement)..

Matthias Liebe-Kleymann (Bereichsleiter Marketing), Claudia Pascher-Kneissl (Geschäftsleitung) und Nick Stöckl (dualer Student). Alle Fotos: © coe