

REISEVERTRIEB

TLT Urlaubsreisen: Rückendeckung von TUI

Freitag, 04.03.2022



Sorgt für Aufbruchstimmung: Andre Repschinski, Geschäftsführer von TLTU Urlaubsreisen auf der Bühne des Robinson Clubs Zypern. Foto: mg

Deutschlands größter Veranstalter TUI setzt im Eigenvertrieb auch in Zukunft auf selbstständige mobile Berater und stärkt ihnen den Rücken: „TLT Urlaubsreisen (TLTU) ist Marktführer im mobilen Vertrieb. Und so soll es auch bleiben“, sagte Vertriebschef Hubert Kluske am Freitag während des Eröffnungsplenums der TLTU-Jahrestagung im Robinson Club Zypern.

TLTU habe „die volle Unterstützung“ durch TUI, so Kluske. Und auch TUI selbst sei zurück: „Corona hat uns vor allem am Anfang stark getroffen, wir mussten harte und schwere Entscheidungen treffen. Jetzt sind wir wieder liquide und mit voller Kraft zurück“, unterstrich der Vertriebschef vor mehr als 200 Reiseberatern der TLTU-Marken Take Off, Holiday Profis und Fera.

Die Aufbruchstimmung bei TUI spiegelt sich auch bei TLTU wider:

Die Zeit des Umbruchs nach dem Ausstieg des langjährigen Geschäftsführers Kurt Koch ist vorüber, mit vielen neuen Projekten leitet Geschäftsführer Andre Repschinski eine neue Ära an.

Neue Homepage: [Reiseberatung.de](https://www.reiseberatung.de)



Auf der Bühne des Robinson Clubs Zypern (von links): Reiseberaterinnen Judith Schulz und Renate Kinkel mit Steffen Böhnke (TUI-Chef „Sun & Beach“) und TLTU-Geschäftsführer Andre Repschinski. Foto: mg

Deutlichstes Zeichen ist der neue, zentrale Internet-Auftritt Reiseberatung.de. Er vereint ab sofort alle 700 Berater aller drei Marken von TLTU unter einem Dach. Auf der Startseite können Kunden unter anderem nach dem Berater ihrer Wahl suchen, zusätzlich hat jeder angeschlossene Reiseverkäufer seine eigene Unterseite. Nach dem Backslash hinter Reiseberatung.de steht ab sofort sein eigener Name – und nicht mehr wie bisher eine Nummer.

Der neue Auftritt habe nicht nur ein deutlich moderneres Design, sondern verbessert Repschinski zufolge auch die Navigation und die Auffindbarkeit in Google sowie die Darstellung der Berater von TLTU. Zudem ist die Seite direkt mit den Social-Media-Kanälen der Reiseverkäufer verknüpft.

Zudem sei er „voll responsiv“, passe sich also dem jeweiligen Gerät des Kunden an. „Dieser Auftritt ist nicht mehr die Online-Präsenz von TLTU, sondern die der Berater. Sie stehen im Mittelpunkt“, so Repschinski.

Jeder Berater mit eigener TUI-Agentur

Neu ist zudem, dass jeder Berater eine eigene TUI-Agentur erhält. Dies ist ein Novum im mobilen Vertrieb: Normalerweise buchen selbstständige Berater große Veranstalter über ihre jeweilige Zentrale. „Ihr seid jetzt ein fester Bestandteil von TUI“, sagte während der Auftaktveranstaltung Peter Wittmann, Chef des Eigenvertriebs von TUI, und erntete mit dieser Aussage großen Applaus. Gleichzeitig gestand Wittmann: Er habe am Anfang „etwas gefremdelt“ mit der Idee, findet sie inzwischen aber „absolut richtig“.

Praktisch hat die Änderung unter anderem zur Folge, dass bei Reisebestätigungen und in der App „Meine TUI“ nicht mehr die Zentrale von TLTU als Kontakt angegeben ist, sondern immer der buchende Reiseberater. Zudem haben die Berater direkten Zugang zu TUI Experience.

Startschuss für Wissens-Akademie

Dritter Meilenstein ist eine Wissens-Akademie, mit der TLTU sein Schulungskonzept deutlich ausbaut. Neben Famtrips unter dem Motto „TLTU around the world“ gibt es künftig eine Experten-Akademie mit Zertifikat, zudem soll der Austausch auf allen Ebenen intensiviert werden. Mit dem neuen Konzept können angeschlossene Berater ihre Schulungen langfristig planen und in ihren Arbeitsalltag integrieren. Der entsprechende Katalog wird in den nächsten Tagen versendet.

Hoher TUI-Anteil, aber kein Druck

Obwohl der TUI-Anteil über alle TLTU-Marken hinweg laut Repschinski bei 64 Prozent liegt, besteht kein Druck, Reisen des Marktführers zu verkaufen. Dies zeige sich nicht nur beim Blick auf die 140 Anbieter im TLTU-Sortiment, sondern bereits im Geschäftsmodell. Alle angeschlossenen Berater seien selbstständige Reiseverkäufer.

„Der Kunde entscheidet, was ich verkaufe. Dass dies oft TUI-Produkte sind, hat mit deren Qualität zu tun“, sagt etwa Dietmar Schmidt, der 30 Jahre lang ein First Reisebüro betrieb, seit rund 18 Monaten TLTU angehört und „hoch zufrieden“ mit der Arbeit als mobiler Verkäufer ist.

Auch Geschäftsführer Repschinski setzt auf die Freiheit der Berater: „Es wird keinen Auftrag geben, auf TUI zu steuern. Wenn TUI gute Angebote in den Markt stellt, buchen unsere Berater automatisch TUI.“ Das freilich dürfte auch mit der Vergütung zu tun haben: Im mobilen Vertrieb verdient mit dem Veranstalter niemand so viel wie die Berater von TLTU.

Davon abgesehen zieht die Marke: „Das TUI-Label ist wichtig und hilfreich. Ich bin sehr zufrieden damit“, sind sich unter anderem die Hamburger Reiseberaterin Martina Wagner und ihre Chemnitzer Kollegin Daniela Anders einig.

Spenden für die Ukraine

Die Jahrestagung von TLTU findet noch bis Sonntag statt. Aufgrund der Ukraine-Krise wurde das Programm etwas nach unten gefahren. „Unsere Gedanken sind bei den Menschen in der Ukraine und bei den vielen Flüchtlingen – und wir unterstützen sie, so gut wir können“, betonte TUI-Vertriebschef Kluske. Eine der Hilfen: Die Erlöse der traditionellen Tombola gehen an die Ukraine-Hilfe der TUI Care Foundation.

Erste Bilder vom Event finden Sie auf der [Instagram-Seite von touristik aktuell](#).

Eine Bildergalerie von der Jahrestagung [können Sie hier sehen](#).

Matthias Gürtler