

Touristik aktuell - de

Print

Medientyp:	Fachpresse	Gedruckte Auflage:	22.600
Veröffentlichungsdatum:	21.03.2022	Verkaufte Auflage:	20.249
Seite:	8	Verbreitete Auflage:	22.609
		Reichweite:	138.816



Klare Zeichen aus Hannover

TLT Urlaubsreisen: Jahrestagung setzt Meilensteine für die mobile Vertriebssparte von TUI

Von Matthias Gürtler

Am Ende gab es Standing Ovations für den Chef. „Wisst Ihr, was ich nach diesen drei Tagen zu Hause meiner Familie berichten werde?", lautete zuvor die rhetorische Frage von Andre Repschinski an die rund 200 Teilnehmer der Jahrestagung der mobilen Vertriebstochter von TUI im Robinson Club Cyprus. „Dass es die beste Entscheidung meiner beruflichen Laufbahn war, die Geschäftsführung von TLT Urlaubsreisen zu übernehmen."

Seit gut 20 Jahren ist Repschinski in verschiedenen Funktionen für TUI tätig, seit dem Sommer 2020 leitet er mit TLTU den größten Anbieter im mobilen Reisevertrieb in Deutschland.

Phase der Unsicherheit beendet

Repschinski kam in einer Zeit großer Unsicherheit: Die Branche steckte mitten in der Corona-Krise, TUI strauchelte. Und viele der selbstständigen Berater waren unsicher, wie es mit ihnen unter dem TUI-Dach weitergehen würde.

Spätestens seit der Tagung auf Zypern ist diese Unsicherheit wie weggeblasen. Der entscheidende Satz dafür kam von TUI-Vertriebschef Hubert Kluske: „TLTU ist Marktführer im mobilen Vertrieb. Und so soll es auch bleiben", ließ der Manager keinen Zweifel an der Rückendeckung durch TUI aufkommen. TLTU habe „die volle Unterstützung" des Konzerns – und auch TUI selbst sei zurück: „Corona hat uns vor allem am Anfang stark getroffen, wir mussten harte und schwere Entscheidungen treffen. Jetzt sei man wieder liquide und starte durch, so Kluske.



Sorgt für Aufbruchstimmung: Andre Repschinski, Geschäftsführer von TLT Urlaubsreisen

Neues Homepage-Konzept

Dass mit dem neuen Mann ein absoluter Profi die TLTU-Spitze übernommen hatte, stand für Kluske ohnehin außer Zweifel: Repschinski habe sowohl im TUI-Franchise als auch bei „TUI Mein Shop" bewiesen, „dass er erfolgreich Vertriebssysteme auf- und ausbauen kann sowie die Sprache des Vertriebs versteht und spricht".

Deutlich wird die Rückendeckung durch TUI mit Blick auf die Großprojekte, an denen Repschinski und sein Team seit Monaten arbeiten und die auf der Tagung in Zypern erstmals öffentlich vorgestellt wurden.

Eines davon ist der neue, zentrale Internet-Auftritt Reiseberatung.de. Er vereint ab sofort alle 700 Berater der drei TLTU-Marken Take Off, Holiday Profis und Feria unter einem Dach. Auf der Startseite können Kunden unter anderem nach dem Berater ihrer Wahl suchen, wie bisher hat jeder angeschlossene Reiseverkäufer seine eigene Unterseite.

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 und ist voll responsiv. Damit passt sie sich dem jeweiligen Gerät des Kunden an.

Der Auftritt sei nicht mehr die Online-Präsenz von TLTU, „sondern die der Berater. Sie stehen im Mittelpunkt", so Repschinski. Deutlich wird dies auch in der Domain: Hinter dem Backslash von Reiseberatung.de steht ab sofort der Name des jeweiligen Reiseberaters – und nicht mehr wie bisher eine Nummer.

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 Zentrale. „Ihr seid jetzt ein fester Bestandteil von TUI", sagte während der Auftaktveranstaltung TUI-Vertriebsdirektor Peter Wittmann – und erntete mit dieser Aussage großen Applaus der Tagungsteilnehmer. Er habe zwar am Anfang zunächst „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.

Dritter Meilenstein ist eine Wissens-Akademie, mit der TLTU das Schulungskonzept deutlich ausbaut. Neben Famtrips unter dem Motto „TLTU around the world" gibt es künftig eine Experten-Akademie mit Zertifikat und verbesserte Möglichkeiten zum individuellen Austausch zwischen den Beratern.

Mit dem neuen Konzept können angeschlossene Reiseverkäufer ihre Schulungen langfristig planen und in ihren Arbeitsalltag integrieren. Der entsprechende Katalog wird in diesen Tagen versendet.

Kein Druck, TUI zu vermitteln

Obwohl der TUI-Anteil über alle TLTU-Marken hinweg laut Repschinski bei 64 Prozent liegt, bestehe „kein Druck, TUI zu verkaufen". Dies habe nicht nur die Reisemesse mit 26 Ausstellern gezeigt, sondern werde auch am TLTU-Portfolio deutlich: Die Berater haben die Wahl unter 140 Anbietern. „Der Kunde entscheidet, was ich verkaufe. Dass dies oft TUI-Produkte sind, hat mit deren Qualität zu tun", sagt etwa Dietmar Schmidt, der über 30 Jahre lang erfolgreich ein First Reisebüro betrieb und seit rund 18 Monaten TLTU angehört.

Auch Geschäftsführer Repschinski setzt auf die Freiheit der Berater, weiß aber auch: „Wenn TUI gute Angebote in den Markt stellt, buchen unsere Berater automatisch TUI." Das dürfte auch mit der Vergütung zu tun haben: Im mobilen Vertrieb verdient mit TUI niemand so viel wie die Berater von TLTU.

Fotos von dem Event auf Zypern finden Sie auf der Instagram-Seite von touristik aktuell sowie unter www.touristik-aktuell.de/bildergalerien.

Dieser Artikel dient nur zur persönlichen und internen Information. Vervielfältigung oder Verbreitung ist nicht gestattet.