

Ein Reisebüro für alle Sinne

Beste Reisebüro-Gestaltung: Reisebüro-Kette Die Reiserei, Berlin

Wie schafft man ein möglichst perfektes „Einkaufserlebnis Urlaub?“ Diese Frage stellten sich der Reisebüro-Inhaber Martin Hein und die Teams aus den fünf Filialen der Berliner Minikette Die Reiserei, nachdem eine folgenschwere Entscheidung gefallen war: Aus einer seit 1992 bestehenden erfolgreichen Reisebüro-Kette sollte eine noch erfolgreichere werden. Und dafür sollte das Unternehmen strategisch neu positioniert werden.

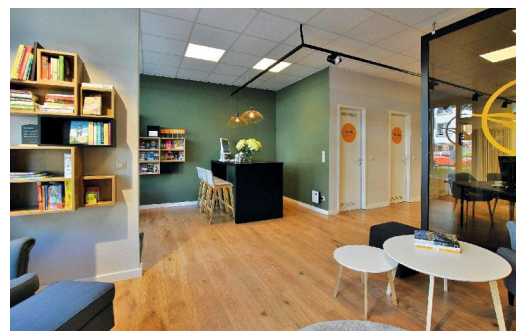
„Unser Ziel war, in allen Büros ein einheitliches Einkaufserlebnis zu schaffen – von der Eingangstür bis zur Rückkehr nach dem Urlaub“, berichtet Hein. Dafür habe man alle Service-, Beratungs- und Verkaufsprozesse hinterfragt und überarbeitet. Gleichzeitig wurde ein „multisensuales“ Marketing-Konzept entwickelt, das sich auch in der neuen Einrichtung der Büros wiederfindet. „Wir wollen Urlaub auf allen Sinnesebenen erlebbar machen“, sagt Hein.

Das Ergebnis sind Reisebüros, die ein Mix aus Wohnzimmer und Hotel-Lounge sind. Mit warmen Farben und klarem Design, musikalischer Untermalung und dezenten Düften, ausgefeilter Beleuchtung und auch

modernster Technik. Gearbeitet wird an ergonomischen Arbeitsplätzen – und sogar für den Gaumen gibt es etwas: Bei seinem Besuch in der Reiserei erhält jeder Kunde – wenn er möchte – nicht nur eine Tasse Kaffee, sondern auch ein Stück Schokolade aus der Manufaktur und/oder einen Prosecco aus Treviso, der hierzulande „nur in der Reiserei erhältlich ist“, betont Hein.

Die Teams der einzelnen Filialen begleiteten die Entwicklung des Konzepts sowie die Planung für die neue Einrichtung dem Geschäftsführer zufolge „mit vielen Ideen und kritischem Feedback“. Eines der Ergebnisse ist, dass es in den Büros auch private Urlaubsfotos der Mitarbeiter gibt und in der kleinen Bibliothek sogar Urlaubsliteratur der Kollegen mit persönlichen Notizen von ihren Reisen steht. Auch Kinderspiele gibt es in der Reisebüro-Bibliothek – damit die Eltern in Ruhe beraten werden können.

Das Ergebnis des neuen Konzeptes ist ein deutliches Umsatzwachstum, eine Kundenzufriedenheit von über 97 Prozent und eine Weiterempfehlungsrate von sogar 99 Prozent. „Das ist unser Reisebüro-Konzept des Jahres“, so das mehrheitliche Urteil der Jury.



Fotos: Die Reiserei

PLATZ
1

Weit weg vom klassischen Büro: Die neue Einrichtung des Berliner Reisebüros Die Reiserei bietet verschiedene Beratungsmöglichkeiten und eine gemütliche Wartecke mit Bibliothek