

Auf gutem Weg

Der Strategiewechsel bei Studiosus Reisen trägt erste Früchte. Doch Zeit zum Ausruhen hat der Münchner Mittelständler weiterhin nicht.

MARTINA FEYERHERD

Vor einem Jahr war Guido Wiegand deutlich nervöser. Da hatte der Vertriebs- und Marketing-Chef von Studiosus Reisen den „Paradigmenwechsel“ seines Hauses präsentiert: die Abkehr von fest gefügten Gruppenreisen hin zu mehr Individualität und organisierten Extratouren. Seine Sorge galt den rund 70 Prozent Stammkunden. Wie werden sie auf die Veränderungen reagieren?

Die Sorge war unberechtigt, wie Wiegand heute weiß. „Die Zufriedenheit unserer Gäste hat noch zugenommen.“ Das ist das vorläufige Ergebnis von 23.550 Kundenfragebogen, die in der laufenden Saison bereits zurückkamen. Etwa zwei Drittel der Reisenden füllen den Bogen aus, die Mehrheit schickt ihn in einem Freiumschatz direkt an die Zentrale.

Überraschend für die Münchner: Die Harmonie in der Gruppe hat sogar noch leicht zugenommen, die Extratouren haben den Ablauf der Reise offensichtlich nicht gestört. „Wir haben eine Punktlandung hingelegt“, freut sich der Marketing-Mann. Auch vom Vertrieb kam mehrheitlich Anerkennung. Wiegand, der viele Schulungen selber durchführt: „Man merkt da ziemlich

FOTO: MARIAN WIEGAND



Guido Wiegand, Vertriebs- und Marketingchef von Studiosus Reisen, unter anderem zuständig für Marketing und Vertrieb.

schnell, ob man eine Veranstalter-Kopfgeburt aus dem akademischen Elfenbeinturm hingelegt hat oder nicht.“

Auch eine andere Sorge löste sich weitgehend in Luft auf: „Können wir halten, was wir versprechen?“ Und zwar sowohl bei der Organisation der Extratouren als auch bei der Qualität. Auch hier gab es durchweg gute bis sehr gute Noten von den Kunden und vor allem: Die Weiterempfehlungsrate, eine der Schlüsselfragen für Studiosus, ist auf ein Rekordhoch gestiegen.

„Ganz so reibungslos, wie das alles klingt, verlief der Paradigmenwechsel dann aber doch nicht. Das gibt auch Wiegand zu. So mussten nicht nur innere Widerstände überwunden, sondern vor allem auch die Reiseleiter überzeugt werden: „Ein Drittel hat es sofort kapiert, ein Drittel brauchte et-




travelcube
www.travelcube.com/de
kunden.de@travelcube.com
 Tel. 01 80-2 00 00 64
(12 ct./Min.)



Komplett kostenlos und nur für den Reisevertrieb!
 Bei **TravelCube** gibts alles aus einer Hand: Hotels, Apartments, Transfers, Events und Sightseeingtouren.
... garantiert 13% auf alle Produkte!
 Kontaktieren Sie uns oder registrieren Sie sich online.

Entlang der Seidenstraße



ab **EUR179**

Oneway via **RIX** ab **BER, HAM, HAJ***,
DUS, FRA und **MUC**. Begrenztes Angebot.
 Gepäck gegen Aufpreis. *Sommerdestination.

airBaltic