



Franchise-Gebühr ist schnell verdient

30 Prozent höhere Provisionseinnahmen und um ein Drittel niedrigere IT-Kosten im Vergleich zur Franchise-freien Zeit – für Alexander Mittelstädt lohnte sich der Einstieg ins TUI-Franchise-System. Neben einem First Reisebüro betreibt er in Lübeck ein TUI ReiseCenter und hält bereits nach weiteren Büros Ausschau.

||-- Seine persönliche Franchise-Bilanz erstellt Alexander Mittelstädt mit wenigen Zahlen auf einem kleinen Blatt Papier: Reservierungssystem, Backoffice-Software, Hardware und Leitungen kosten ein freies Reisebüro etwa 1500 Euro im Monat. Das First Reisebüro Lübeck kommt mit fünf Counterplätzen auf 1000 Euro Monatskosten im IT-Bereich, die Franchise-Gebühr bereits eingerechnet. „Das ist ein Drittel Kostenvorteil allein bei den Systemen“, rechnet Mittelstädt. Weitere Kostenvorteile, etwa im Einkauf oder im Marketing, seien dabei unberücksichtigt. Noch besser wird die Bilanz des 34-jährigen, wenn er auf die Einnahmenseite zu sprechen kommt. Die Super-Provisionen im Franchise-Verbund seien wertvoll. Mittelstädt schätzt, dass er heute ein Drittel mehr Provisionen erlöst, weil er Mitglied eines Franchise-Verbundes

ist. Die Franchise-Gebühr, die er Anfang des Monats bezahlt, habe er nach spätestens zwei Tagen verdient. Mittelstädt's Fazit: „Man kann mit TUI Leisure Travel (TLT) Kosten optimieren und Erträge steigern, ob man sie auch sichern kann, liegt einerseits am Markt und in der Hand eines jeden Unternehmers.“

Umsatzwachstum um 30 Prozent

-- Alexander Mittelstädt steht gut da. Seine beiden Büros (6 Vollzeitkräfte, 1 Teilzeitkraft) in Lübeck erwirtschaften rund drei Millionen Euro Umsatz. Nachdem er am 1. November 2003 das damalige „Reisebüro am Kaufhof“ gekauft hatte, wuchs der Umsatz im ersten Jahr um 30, im zweiten Jahr um 28 Prozent. Der Lübecker wollte 2003 zurück in seine Heimatstadt. 2003 ergriff er die Chance und

„Man kann mit TUI Leisure Travel Kosten optimieren und Erträge steigern.“

Alexander Mittelstädt
FIRST REISEBÜRO Lübeck

übernahm das Büro in der Schlutuper Straße. Für den Golfspieler stand fest, dass er seine neue Existenz nur gemeinsam mit dem Partner TUI Leisure Travel starten wolle. Das „Reisebüro am Kaufhof“ wurde zum First Reisebüro und somit zum einzigen First Reisebüro in der Hansestadt. Mit einem guten Business-Plan in der Tasche, erinnert sich Mittelstädt, sei die Gründung „kein Hexenwerk“ gewesen. Die Banken waren kooperativ, Eigenkapital, Existenzgründerhilfen und zinsgünstige Kredite der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) machten den Einstieg in die Selbstständigkeit „unkompliziert“.

Der Umstieg ist einfach

-- Mittelstädt erinnert sich gerne an die Starthilfe von TUI Leisure Travel. Das Check-Heft für den Start in das Franchise-System habe er systematisch abgearbeitet, es sei „hilfreich und narrensicher“. Auch der Aufwand für den Umstieg hielt sich in Grenzen: Die Verträge mit Amadeus und Siemens wurden von TLT übernommen und umgestellt, die Veranstalterprovisionen wurden sofort an die Kettenzugehörigkeit angeglichen, der Jung-Unternehmer musste sie nur neu unterschreiben.

JoJo bringt Erleichterung

-- In der Schlutuper Straße in Lübeck soll es mit technischen Innovationen weitergehen. Sobald der Vertrag über sein jetziges System ausgelaufen ist, will Alexander Mittelstädt auf die neue TLT-eigene und exklusive Plattform JoJo umsteigen. Die Vorteile seien enorm: Front-, Mid- und Backoffice seien integriert, das gesamte Kundenmanagement könne mit JoJo abgewickelt werden, und das System werde zentral gehostet und über das Internet ausgeliefert. Der Reisebürobetreiber kann mit JoJo sein lokales Netzwerk verkleinern und hat dann tagesaktuellen Zugriff auf seine Buchhaltung – und das von jedem Internet-Zugang aus. JoJo, weiß Mittelstädt, sei ein sehr ehrgeiziges Produkt, das seine Zeit brauche. Aber wenn es fertig sei, würden die Mitarbeiter entlastet und könnten sich mehr als zuvor dem Verkauf widmen.

Die IT-Unterstützung aus der Franchise-Zentrale findet der Lübecker Unternehmer ohnehin gut. Das Extranet von TUI Leisure Travel liefere eine Fülle an Funktionen und Informationen. Allein die dort abgelegten Druckunterlagen erleichterten den Alltag im Marketing enorm. Mittelstädt: „Ich muss nur einen Link an die Zeitung senden und schon habe ich eine

CI-konforme Anzeige.“ Ausdrücklich lobt er, dass die Hotline des IT-Kompetenzcenters in Hannover nicht nur Fragen rund um die eigene Systeme beantworte, sondern auch bei Problemen mit anderen Anwendungen helfe und sich lokal auf die PCs der Anwender aufschalten könne. Dass diese Hilfe nicht gratis ist, geht aus seiner Sicht „in Ordnung“.

Wenn Alexander Mittelstädt sich vergegenwärtigt, wie ihn das System unterstützt, kommt er zu einem klaren Fazit: „Ich bezahle die Franchise-Gebühr gerne.“ Er habe nicht das Gefühl, dass das gemeinsame Geld in der Gruppe versickere – es werde vielmehr „eine Menge getan, das uns hilft“. Die TLT-Führung setze um, was sie ankündige, lobt er.

Mitarbeiter tragen TUI-Uniform

-- Für den gelernten Touristiker stehen die Zeichen innerhalb der Gruppe darum auf Expansion. Als 2005 im Lübecker Vorort ein „Markant“-Supermarkt einen Neubau plante, war Mittelstädt zur Stelle. Er eröffnete am 1. November 2005 im Eingangsbereich des Marktes ein TUI ReiseCenter mit 55 Quadratmetern Verkaufsfläche und zwei Counterplätzen. Das von seiner Frau Beate geführte TUI ReiseCenter erstrahlt hell im neuen Shop-Konzept von TUI Leisure Travel. Dabei tragen die Mitarbeiter die offizielle TUI-Uniform, die auch hervorragend in das Shop-Konzept passe. „Die Kunden sind vom einheitlichen Outfit begeistert“, sagt Mittelstädt, „und auch die Mitarbeiter finden es gut, denn sie müssen sich keine Gedanken mehr machen, was sie anziehen“. Das neue Reisebüro im Supermarkt erwirtschaftete übrigens im ersten Jahr gleich den Mindestumsatz, schaffte dann elf Prozent Plus und lag im Mai 2007 bereits auf Vorjahresniveau.

Wie lautet das Erfolgsrezept in Lübeck? „Kundenorientierung“, weiß Mittelstädt, der sich wundert, dass es davon in Reisebüros noch viel zu wenig gebe. Blickkontakt, Freundlichkeit, sich mit Namen vorstellen – gutes Benehmen nach alter Schule sei „unschädlich“, weiß der Aktiv-Urlauber. Das Internet empfindet er übrigens dabei nicht als Bedrohung. Man dürfe dem Kunden nicht böse sein, wenn er auch mal im Internet buche. „Ich beglückwünsche ihn dazu und gehe gleich zur nächsten Buchung bei mir über“, grinst Mittelstädt. Irgendwie spiele ihm die Angebotsvielfalt im Internet auch in die Hände. Immer mehr Kunden kämen mit dem Ausdruck einer Website ins Büro und fragten: „Taugt das was?“ Dann kommt der Auftritt der Lübecker Reiseberater, die einen beraten. --||

FIRST REISEBÜRO

Alexander Mittelstädt

FIRST REISEBÜRO Lübeck

23566 Lübeck

Telefon: +49 (0) 451 / 633 80

alexander.mittelstaedt

@first-luebeck.de

www.first24.de/045163380



André Repschinski

TUI Deutschland GmbH

Expansion TUI Leisure Travel

Franchise

Karl-Wiechert-Allee 23

30625 Hannover

Telefon: +49 (0) 511 / 54 222 410

andre.repschinski@tui-franchise.de

www.tui-franchise.de