

Seit 30 Jahren im Dienst der Urlauber: TUI ReiseCenter feiern Geburtstag

Hubert Kluske: „Marke und Menschen seit drei Jahrzehnten am Puls der Zeit“

Hannover, 28. Oktober 2021. Deutschlands bekannteste Reisebüro-Marke TUI ReiseCenter wird 30. Der Startschuss für die heute größte Franchisemarke fiel Ende Oktober 1991, als sich 17 Reisebüros unter dem Firmendach der TUI zur neuen Reisebüro-Franchise-Organisation zusammenschlossen, seinerzeit noch unter dem Namen TUI UrlaubCenter GmbH. 1996 wurden die Reisebüros dann einheitlich in TUI ReiseCenter umbenannt. „TUI ReiseCenter steht für eine moderne und vor allem qualitativ hochwertige Marke und herausragende Menschen, die sich permanent weiterentwickeln und so seit drei Jahrzehnten am Puls der Zeit sind. Das macht sie so erfolgreich“, weiß Hubert Kluske, Vertriebsgeschäftsführer TUI Deutschland.

Knapp 500 Reisebüros tragen heute bundesweit den Namen TUI ReiseCenter (Franchise und Filiale). Die persönliche und individuelle Beratung für klassische aber auch maßgeschneiderte Urlaubsreisen mit Angeboten aus dem TUI Konzern stehen im Mittelpunkt. „Hier treffen Kunden auf innovative Reiseprofis mit viel Know-how und Herzblut. TUI ReiseCenter ist die Heimat für erfolgreiche Unternehmer, die die Vorteile einer Franchisegemeinschaft nutzen wollen und in der Verzahnung des Online- und Offlinegeschäfts ihre Zukunft mit dem Veranstalter sehen“, so Nadine Merzdorf, Leiterin des TUI Franchisesystems. Ziel sei die Weiterentwicklung der Marke in vertrauensvoller und partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit TUI auf Basis individueller Kundenansprache, -beratung und -betreuung im Reisebüro.

Bei ihrer Gründung 1991 war die TUI UrlaubCenter GmbH die erste Reisebüro-Franchiseorganisation in Deutschland. Das Konzept, das allen Reisebüros gemein sein sollte, war zu dieser Zeit revolutionär: Keine „Tresen“ mehr, die Barrieren schaffen, sondern kooperative Beratungsinself. Das Shopkonzept wurde stetig weiterentwickelt und es gab zahlreiche Facelifts sowohl von außen als auch im Inneren der TUI ReiseCenter. „Hier wurden Trends für moderne Beratung gesetzt, die wir auch aktuell im Rahmen der Digitalisierung weiter ausbauen“, so Merzdorf.

Seite 1 von 2

Ansprechpartner(in)

Neben dem Shopdesign ziehen sich auch Innovationen im Qualitätsmanagement wie ein roter Faden durch die Geschichte des Franchisesystems.

Bereits 1996 wurde ein nachhaltiges Qualitätsmanagement mit Testkäufen und einem darauf basierendem Schulungsprogramm implementiert, das die Stiftung Warentest mit „gut“ bewertete.

2011 wurde das Serviceprädikat „Q“ eingeführt, das Reisebüro-Prozesse und Standards ganzheitlich bewertet. Auch hier entwickelte sich der Franchisegeber TUI ReiseCenter auf Basis der neuen Anforderungen im Reisebüro durch die Digitalisierung ständig weiter. „Ob IT oder Marketing, die TUI ReiseCenter stehen für innovative Lösungen. Das System kennt keinen Stillstand und passt sich permanent Marktveränderungen und Kundenverhalten an“, so Merzdorf. So sicherten sich die TUI ReiseCenter jetzt den ersten Platz auf dem Siebertreppchen in einer aktuellen Servicestudie. Die Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien (DtGV) hat in einem Audit die Beratungs- und Servicequalität von Reisebüro-Ketten unter die Lupe genommen. Insgesamt elf Ketten wurden im Juni von Testkunden besucht – das beste Bild gaben dabei die TUI ReiseCenter ab. Als einziger Anbieter erhielten sie die Gesamtnote „sehr gut“ und wurden dafür mit dem Testsieg belohnt. Sie konnten in allen drei Kategorien „Service“, „Beratung“ und „Erscheinungsbild“ mit Bestnoten überzeugen. „Wir freuen uns über diese Auszeichnung, die eine Belohnung für unser Herzblut und Engagement rund um unsere Kunden ist“, so Merzdorf.

Nicht zuletzt schuf TUI ReiseCenter mit einem „24-Stunden-Reisebüro“ bereits 2003 eine Möglichkeit, um dem Trend der internetgetriebenen 24/7-Erreichbarkeit zu folgen. Heute begleiten die Franchisepartner ihre Kunden weiterhin auf allen Kanälen und rund um die Uhr auf deren Customer Journey. Diese Omnichannel Partnerschaft bietet die TUI exklusiv ihren Franchisepartnern an. So werden die Franchisepartner von TUI ReiseCenter auch den nächsten runden Geburtstag in der sich verändernden Welt des stationären Vertriebs erfolgreich feiern.

Die Franchisepartner erhalten im Jubiläumsjahr diverse Werbemittel, um ihre Kunden auf den Geburtstag aufmerksam machen.

Seite 2 von 2

Diese Meldung sowie Bilder finden Sie auch im Pressebereich unter www.tuigroup.com

Ansprechpartner(in) Anja Braun, Telefon +49(0)511 5672102