

Die Krawatte umgebunden

Bei Globetrotter entwickeln sich die Business-Travel-Aktivitäten zu einem stets wichtigeren Standbein.

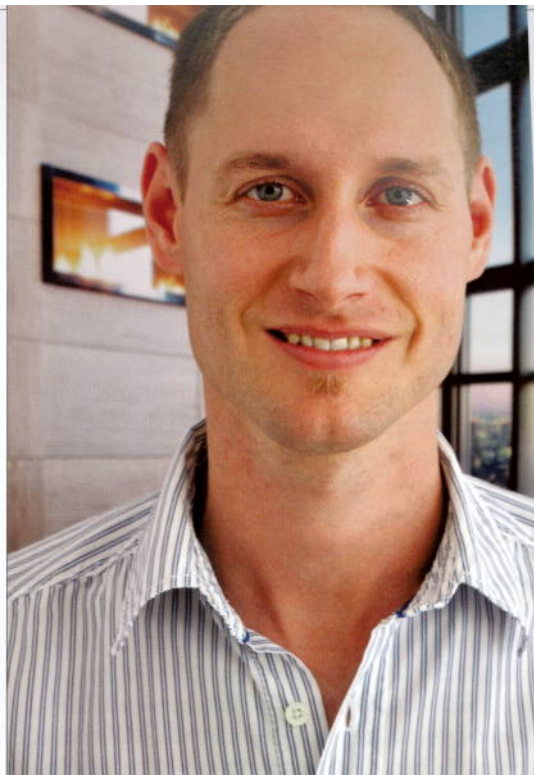
Still und leise baut man bei Globetrotter, Synonym für individuelle Reisen weltweit, den Bereich Geschäftsreisen weiter aus: Vor rund zehn Jahren wurde in Bern eine erste Gruppenabteilung eröffnet, welche sich des Segments geschäftlich motivierter Reisen annahm. Mit steigender Nachfrage kam vor zwei Jahren in Zug eine zusätzliche Business-Travel-Abteilung hinzu, inzwischen auch eine in Basel sowie ein Implant im Haus des Sports (Swiss Olympic) in Ittigen/BE. Eine neue Geschäftsreisenabteilung in Zürich wird zudem im nächsten Jahr eröffnet.

«Eine Geschäftsreise ist schliesslich auch eine massgeschneiderte Reise, und genau in diesem Bereich ist Globetrotter stark», sagt Patrick Bucher, der als Head of Business Travel & Special Departments die Entwicklung vorwärtstreibt. Bucher, der einst eine Reisebüro-Lehre absolvierte, dann in der Airline-Branche (Singapore Airlines) und bei Carlson Wagonlit Travel weitere Erfahrungen sammelte, war zuvor in Zug Filialleiter und leitet nun von dort aus seit 2009 die gesamten Business-Travel-Aktivitäten (inkl. Spezialabteilungen) von Globetrotter. Er rapportiert dabei direkt an Globetrotter-CEO André Lüthi.

«Wir bedienen hauptsächlich KMU-Betriebe aus ganz verschiedenen Branchen», sagt Bucher zur Kundenstruktur. Das Wachstum erfolge vor allem aufgrund von Weiterempfehlungen zufriedener Kunden: «Das zeigt uns, dass wir mit unseren Serviceleistungen ein Bedürfnis im Markt abdecken können.» Globetrotter Business Travel will sich explizit mit einem perfekten Rundumservice unterscheiden, der auch mal die persönliche Betreu-

Jetzt auch online mit IBE

Seit Kurzem ist Globetrotter Business Travel auch online präsent. Nebst allgemeinen Informationen können unter www.globetrotter-business.travel im Kundenbereich auch Flüge, Mietwagen und Hotels gebucht werden. «Weitere Dienstleistungen werden geprüft, doch wir stellen bei unseren Kunden noch kein Bedürfnis dafür fest. Trotzdem schauen wir uns diverse Optionen an, damit wir vor allem bei grösseren Kunden, sofern der Wunsch danach geäussert wird, in Zukunft entsprechende Leistungen anbieten können», erklärt Patrick Bucher.



Patrick Bucher, Globetrotter-Business-Travel-Chef.

ung einer Wirtschaftsgruppe morgens um 5 Uhr im Flughafen beinhaltet. «Wir bieten nicht standardisierte Serviceleistungen an, sondern passen diese – wie im Leisure-Bereich – massgeschneidert jedem einzelnen Kunden an. Dazu werden die Kundenbedürfnisse im Markt konstant analysiert und es wird das angeboten, was bei anderen Anbietern aus unserer Sicht zu kurz kommt», so Bucher.

Weiteres Wachstum im Visier. Business Travel trägt heute mit 14 Mitarbeitenden etwa 10% zum Globetrotter-Gesamtumsatz bei, das heisst rund CHF 18 bis 20 Mio. Darin eingeschlossen ist die Sportreiseabteilung in Ittigen/BE (vier Mitarbeitende) mit dem Mandat von Swiss Olympic und verschiedenen Sportverbänden. Das Krisenjahr 2009 konnte man trotz verändertem Buchungsverhalten gut überstehen: Dank neuer Firmenkunden erzielte Globetrotter ein «zufriedenstellendes» Jahr mit einer konstanten, tendenziell gar leicht steigenden Entwicklung der Transaktionen.

Was die Zukunft angeht, ortet Patrick Bucher noch einiges Potenzial: «Globetrotter hat entschieden, diesen Geschäftsbereich weiter auszubauen. Alle unsere über 67'000 Kundinnen und Kunden sollen die Möglichkeit haben, bei uns nebst ihren Privatreisen auch die Geschäftsreisen zu organisieren» Eine konkrete Zielgrösse für das Wachstum wurde aber nicht definiert – die Entwicklung soll im Tempo der Nachfrage erfolgen. Das gilt auch für die Eröffnung allfälliger weiterer Standorte. «Es ist nicht unser Ziel, möglichst viele Filialen oder einen möglichst hohen Umsatz zu erzielen. Für uns ist ein gesunder Betrieb das Wichtigste, und da muss nebst dem Klima auch der Ertrag stimmen», sagt Bucher. **BE**

tm