

«Wir wollen wachsen»

SILVIA PFENNIGER

Auch dank CEO André Lüthi ist der Reiseanbieter Globetrotter so erfolgreich. Für die nächsten Jahre rechnet er mit einer Wachstumsrate von 2 bis 4 Prozent.

André Lüthi, während Kuoni, Hotelplan und Tui im Preiskampf Gewinn und Personal reduzieren, wächst Globetrotter und wächst. Gegenüber dem Vorjahr haben Sie Ihren Umsatz um 12,5 Prozent auf 138 Millionen Franken gesteigert. Was ist ihr Erfolgsrezept? Glück!

Glück?

Ja, das Glück, dass Individualreisen, die unsere Stärke sind und auf die wir uns seit 30 Jahren klar positioniert haben, im Trend sind. Das Glück auch, dass Qualität gefragt ist und unsere Kunden bereit sind, dafür zu bezahlen.

Sie bieten vor allem Reisen an; wie passt Ihr Angebot zur zunehmenden Zahl der alten Menschen?

Diese sind fitter und reiselustiger denn je und haben Zeit und Geld. Zudem können wir ihnen massgeschneiderte Reisen bieten.

Zur Person Mit Glück und Leidenschaft auf Erfolgskurs

André Lüthi, 47, CEO Globetrotter Travel Service und eidg. dipl. Tourismusexperte, schloss 1979 seine Bäcker/Konditor-Lehre ab, stieg 1984 als Sachbearbeiter und Reiseleiter bei Baumeler ein, bevor

er 1987 seine Karriere bei Globetrotter begann. Die Firma beschäftigt heute in 19 Filialen insgesamt 200 Mitarbeitende. Lüthis Leidenschaft sind Reisen in den Himalaja, Kanu-Expeditionen in Alaska und Kanada, Bergbesteigungen in Südamerika und Russland. Er ist Vater von zwei Kindern, die mit ihm und Mutter Silvia schon im Kleinkindalter weltweit unterwegs waren.

Das ist Ihr Markenzeichen. Wie wählen und schulen Sie Ihre Mitarbeitenden?

Leidenschaft für Reisen und Reiseerfahrung sind absolute Voraussetzung. Alle unsere Leute haben 5 Wochen bezahlte plus 7 Wochen unbezahlte Ferien, damit sie die Welt auf eigene Faust entdecken können. Wir verkaufen nicht bloss Reise-Aarrangements, sondern vor allem auch unser Consulting. Das ist der Grund, warum wir Jahr für Jahr zwischen 10 und 13 Prozent zulegen, als Einzige sogar nach dem 9/11 im 2001.

Planen Sie im gleichen Tempo weiter zu wachsen?

Vermutlich etwas langsamer. Wir rechnen mit 2 bis 4 Prozent. Aber wachsen wollen wir unbedingt.

Wie denn?

Durch neue Filialen, Joint-Unternehmen, und dem Entwickeln der Nische Rundreisen, wo wir mit Qualität einen Mehrwert bieten können, sonst kann man die Reise ja auch direkt im Internet buchen. Auch im Sektor Business-Travel legen wir noch

«Es lohnt sich, zu Fehlern und Schwächen zu stehen. Das gilt auch bei Globetrotter.»



Argus Ref 29827143

zu, dank mass-
geschneider-
ten Ge-
schäftsrei-
sen und
abenteu-
erlichen
Incentive-
Program-
men.

**Wie ist Ihre
Bezie-
hung zu
Globo-
trek &
Background-
tours AG, wo Medi-
enleute wie Erich
Gysling als Rei-
seleiter unter-
wegs
sind?**

Globotrek & Backgroundtours ist ein Partnerunternehmen von Globetrotter und eine eigene Aktiengesellschaft, deren Verwaltungsratspräsident ich bin.

Wie steht es mit Ihrem Incoming-Geschäft?

Das ist bloss marginal. Für unsere KMU-Kunden hecken wir auch Ideen aus, für ganz spezielle Incentive-Reisen.

Was halten Sie vom Schweizer Tourismus?

Die Destinationsbildung ist richtig, aber es gibt noch viel zu tun. Das Gärtlidenken ist noch immer viel zu gross. Da müsste Schweiz Tourismus eine führende Funktion übernehmen. Wir können uns nicht auf den Schnee verlassen, den uns der Herrgott dieses Jahr beschert hat und uns zufrieden zurück-

lehnen. Gute Fortschritte macht der Schweizer Kongress-Tourismus, zum Beispiel in Montreux. Einiges erwarte ich auch vom neuen Tourismusdirektor Marcel Perren in Luzern und von Daniel Luggen aus Zermatt.

Wie steht es mit der Schweizer Hotellerie? Sie haben ja weltweite Vergleichsmöglichkeiten.

Bei den teilweise verstaubten und renovationsbedürftigen 3-Sterne-Hotels ist der Standard oft sehr tief. Eine Stärke der Schweizer Hotellerie ist nach wie vor die persönliche Gästebetreuung, die in gewissen Hotels vom Schuhputzer bis zum Direktor spürbar gepflegt wird. Ich meine damit nicht eine aufgesetzte, antrainierte künstliche Freundlichkeit à la smiling Amis oder à la Österreich, sondern eine authentische, typisch schweizerische. Da darf auch ruhig ein Knorz darunter sein, den ich als Original schätze.

Haben Sie noch weitere Tipps für die Schweizer Hoteliers?

Ja, Fehler sollten weniger vertuscht werden. Es lohnt sich, zu Fehlern und Schwächen zu stehen. Das gilt auch bei Globetrotter. Nebst der Leidenschaft fürs Reisen lege ich bei meinen Leuten grosses Gewicht auf Ehrlichkeit, vor allem auch dem Kunden gegenüber. Wenn jemand etwas nicht kennt, soll er dies zugeben und allenfalls einen Kollegen empfehlen.

Welches ist Ihr Lieblingshotel in der Schweiz?

Der Lenkerhof, wegen seiner Küche, Gästebetreuung, Kinderfreundlichkeit, dem lockeren Ambiente und weil ich mich dort rundum wohl fühle.

Heute beginnt die Berner Ferienmesse. Wie schätzen Sie deren Bedeutung ein?

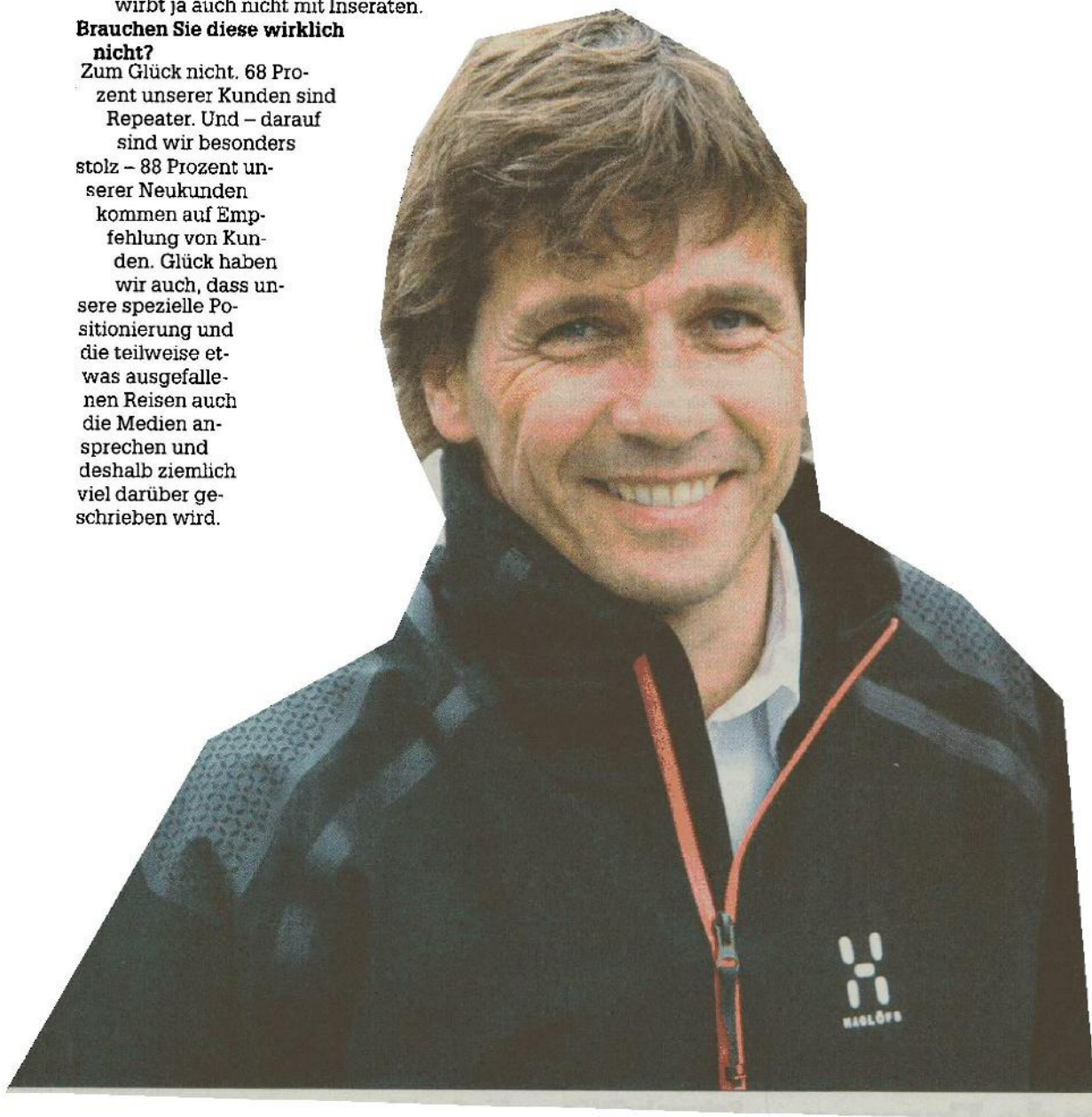
Sie ist für viele ein gutes Tool, aber unsere Kunden sind dort zu wenig anzutreffen. Wir haben fünf Jahre lang mitgemacht, aber von unseren Mitarbeitern immer wieder gehört, dass die Beziehung zu den Besuchern allzu

oberflächlich sei. Das eignet sich besser für Unternehmen, die Gruppenreisen anbieten. Deshalb sind nur noch unsere Partnerfirmen mit Globotrain und Globotrek dabei. Und Globetrotter wirbt ja auch nicht mit Inseraten.

Brauchen Sie diese wirklich nicht?

Zum Glück nicht. 68 Prozent unserer Kunden sind Repeater. Und – darauf sind wir besonders

stolz – 88 Prozent unserer Neukunden kommen auf Empfehlung von Kunden. Glück haben wir auch, dass unsere spezielle Positionierung und die teilweise etwas ausgefallenen Reisen auch die Medien ansprechen und deshalb ziemlich viel darüber geschrieben wird.



FAMILIENTREKKING IM HOHEN ATLAS

Marrakesch

Erleben Sie mit der «Schweizer Familie» **die orientalische Welt von Marrakesch**, und trekken Sie zu Fuss mit Maultier-Begleitung durch das Atlas-Gebirge.

REISEPROGRAMM

Tag 1: Abendflug mit Royal Air Maroc von Zürich nach Marrakesch. Transfer ins Riad-Hotel.

Tag 2: Stadtführung. Rest des Tages zur freien Verfügung.

Tag 3: Fahrt mit Minibus über den Tizi n'Tichka-Pass nach Ait Ben Haddou. Übernachtung in Kasbah (burgähnliche Unterkunft).

Tag 4: Fahrt ins Rosental am Südhang des Atlas. Wanderung mit Maultieren (3½ Stunden). Übernachtung im Zelt.

Tag 5–8: Abwechslungsreiche Trekkingtage mit Begleitequipe. Übernachtung in schön gelegenen Zeltcamps.

Tag 9: Rückreise via Ouarzazate nach Marrakesch, Übernachtung im Riad.

Tag 10: Ganzer Tag zur freien Verfügung in Marrakesch.

Tag 11: Rückflug in die Schweiz.

INBEGRIFFEN

- Linienflug Zürich–Marrakesch–Zürich
- Flughafentaxe 250 Fr. (Stand Oktober 2007)
- Transporte/Transfers im Minibus
- Alle Übernachtungen (Riad, Kasbah und Zelt)
- Vollpension Tag 3 bis 9; im Hotel Riad in Marrakesch Zimmer und Frühstück

NICHT INBEGRIFFEN:

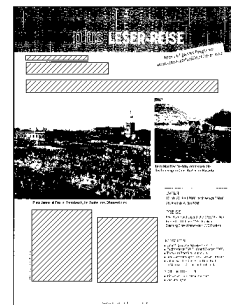
- Trinkgelder, persönliche Auslagen
- Versicherungen

DATEN

10. bis 20. April 2008 (noch wenige Plätze)
24. April bis 4. Mai 2008

PREISE

Erwachsene und Jugendliche: 2580 Franken
Kinder bis 11 Jahre: 2380 Franken
Zuschlag Einzelzimmer/-zelt: 330 Franken



Argus Ref 29828867