



André Lüthi, CEO Globetrotter Group AG und CEO Globetrotter Travel Service AG. Foto: Thomas Entzeroth

# Globetrotter: Jetzt dreht die Nummer vier erst richtig auf

Globetrotter-CEO André Lüthi, Preisträger des diesjährigen «travel manager Personality Awards», sieht noch viel Potenzial für sein Geschäftsmodell. **Von Beat Eichenberger**

Unzählige Feedbacks habe er erhalten, sagt André Lüthi. Vom E-Mail bis zur Flasche Champagner, von Lehrlingen bis zum Konzernchef. «Es ist ein riesiger Aufsteller», freut er sich über den Gewinn des diesjährigen «travel manager Personality Awards». Das Wichtigste an dieser Auszeichnung sei für ihn die Anerkennung der engagierten Arbeit, die alle Mitarbeitenden bei Globetrotter seit Jahren leisten: «In der Branche wurden wir in der Vergangenheit nicht immer ernst genommen. Dass Globetrotter heute trotz nach wie vor unkonventionellem Image ein hoch professionelles Unternehmen ist, wurde oft ausgeblendet».

**Rasante Karriere.** Unkonventionell ist auch die Karriere des «Gratwanderers» Lüthi: Aufgewachsen im Sense-Bezirk, wählte er einst eine Lehre als Bäcker/Konditor – dieser Job erlaubte nämlich ein intensives Training als Ringer. Als es trotzdem nicht zu einer Olympia-Teilnahme reichte, orientierte er sich neu und liess sich vom Reisevirus anstecken: Er stieg als Reiseleiter bei Baumeler in die Branche ein und war später für das Produkt Trail zuständig. Nach einer einjährigen Auszeit, in der er die Welt bereiste, heuerte er 1987 bei Globetrotter in Bern an – von da an ging es rasant aufwärts: Ein Jahr später war er

bereits Filialleiter, und 1991 gründete der passionierte Berggänger nebenbei den Trekking-Spezialisten Globotrek. 1992 dann bereits der ganz grosse Sprung: Globetrotter-Gründer Walter Kamm übergab die Geschäftsleitung weit-sichtig dem jungen Duo Andy Keller und André Lüthi, der sich zum dipl. Tourismusexperten weiterbildete.

«In den 90er-Jahren erlebte Globetrotter eine stürmische Entwicklung, und wir eröffneten fast im Jahrestakt eine neue Filiale», blickt Lüthi zurück. Zeitweise wurde man vom Erfolg überrollt: Die Fluktuationsrate bei den Angestellten war wegen hoher Belastung gross, andere verliessen das Unternehmen, weil es sich mit der Zeit vom «Joint- und Sandalen-Image» löste und auch eine neue Kundschaft ansprach.

Und: Globetrotter schrieb auch in schwierigen Zeiten – etwa nach 9/11 oder aktuell in der Wirtschaftskrise – stets schwarze Zahlen. Dies dürfte ausschlaggebend sein für die Neupositionierung und Expansion, welche das Unternehmen seit wenigen Jahren prägt: «Anstatt das Geld an der launischen Börse zu verzoeken, beschlossen wir, es in die Konsolidierung und den Ausbau des Unternehmens zu investieren», so der CEO der in Bern domizilierten, aber in Zürich eingetragenen Globetrotter Travel Service AG.

**Expansion und Umbruch.** Ein erstes Wachstumsanzeichen war – nebst der organischen Weiterentwicklung – 2006 die Fusion von Globotrek mit dem Studienreisen-Spezialisten Background Tours. Die Globotrek & Background Tours AG wird seither erfolgreich von Ruedi Bless geleitet und umfasst die Marken Globotrek, Background Tours, Shangrila Tours, Globotrain und die seither zugekaufte Globoship und Schafer Travel. 2007 dann der nächste Schritt: «VR-Präsident Walter Kamm, der immer noch den Club und das Magazin leitete, wollte etwas kürzertreten. Andy Keller interessierte sich für diese Aufgabe, und so kam es zum Wechsel», erklärt Lüthi. Mit andern Worten: André Lüthi war nun alleiniger CEO der Globetrotter Travel Service AG, an der Kamm zu 70 Prozent, Lüthi zu 20 Prozent und Keller zu 10 Prozent beteiligt waren.

In der Branche wurde man sich zunehmend der Bedeutung von Globetrotter bewusst (dazu trug etwa auch 2007 die Auszeichnung als «KMU Highflyer» am Swiss Economic Forum bei): Globetrotter war eine «heisse Braut», die zeitweise von fast allen grossen Mitbewerbern umworben wurde. «Wir überlegten uns, was ein solcher Schritt bedeuten würde, und kamen zum Schluss, dass eine Integration in ein Grossunternehmen dem Profil von Globetrotter vermutlich geschadet hätte», so André Lüthi. Rückblickend wäre vor einigen Jahren ein Zusammengehen mit der Gruppe der Reisebaumeister wohl ein nachhaltiger Ansatz gewesen – tempi passati. Und da das Unternehmen finanziell auf gesunden Füßen stand (und steht), war der Grundsatzentscheid klar: Globetrotter soll die Zukunft und die weitere Entwicklung unverändert als eigenständiges Unternehmen anpacken.

**Der neue Drive.** Dieser Entscheid wirkte fast wie ein Dambruch. Beinahe Schlag auf Schlag packt man bei Globetrotter seither clever neue Chancen: Die Geschäftsreisen-Aktivitäten wurden ausge-

baut, und mit Swiss Olympic gewann man ein erstes grosses Sport-Mandat (inzwischen betreut das Implant im Haus des Sports in Ittigen/BE 16 Sportverbände). Globetrotter übernahm oder beteiligte sich zudem an Nischenveranstaltern wie Bike Adventure Tours oder Team Reisen. Mit einer neuen Holding-Struktur, an der Walter Kamm mehrheitlich und André Lüthi (CEO) beteiligt sind, wurden inzwischen die Strukturen angepasst: «Das Unternehmen ist dadurch überblickbarer geworden, das Risiko wurde vermindert und nicht zuletzt ergeben sich Steuervorteile», erklärt Lüthi.

Die gesamte Globetrotter Group kommt heute auf einen Umsatz von rund 180 Mio. CHF (2009, ohne branchenfremde Beteiligung am Outdoor-Spezialisten Transa) und positioniert sich damit als Nr. 4 in der Schweizer Reisebranche. Als CEO der Group, CEO der Globetrotter Travel Service und mit verschiedenen VR-Mandaten bei den Beteiligungen und weiteren Mandaten ausserhalb der Firma stösst André Lüthi, der zudem rund acht Wochen jährlich beruflich oder familiär reist, aber allmählich an seine persönlichen Grenzen: «Das frisst alles an den Ressourcen, ich werde künftig mehr delegieren.» So hat er zum Beispiel bereits Patrick Bucher als Leiter der Bereiche Geschäftsreisen, Sport und Web ernannt: Geplant ist mit der Eröffnung von neuen Business Travel Centers in Zürich und Basel (zusätzlich zu Zug und Bern) ein weiterer Ausbau der Geschäftsreisen.

**Noch einiges Potenzial.** Vor allem bei den Geschäftsreisen, aber auch im Bereich Sport, wittert Lüthi nebst dem Kerngeschäft Retailing, wo in diesem Jahr in Brig und Interlaken zwei neue Filialen das Netz auf 22 Verkaufsstellen erhöhen, noch Wachstumchancen. Doch auch im Nischen-Tour-Operating dürfte sich noch einiges ergeben – zu konkreten Akquisitionsplänen will sich Lüthi aber nicht äussern. Zum Potenzial für das klar positionierte Globetrotter-Geschäftsmodell sagt er aber: «Der Markt individuell Reisender, die sich persönlich beraten lassen wollen, wächst.» Zudem könne man ja auch noch Marktanteile von Mitbewerbern holen. Eine Auslandsexpansion, etwa nach Österreich, wo es keinen ähnlich gelagerten Anbieter gibt, steht aber nicht an: «Wir würden uns vorher einen Einstieg in der Romandie überlegen.»

Kein Zweifel: Von Globetrotter wird man noch einiges hören. Denn Lüthi, dem eine Führung im Helikopter-Stil nachgesagt wird (auftauchen, wirbeln – Lüthi: «aber nachhaltig wirbeln!») – und wieder abheben), wird in diesem Jahr erst 50 Jahre alt. Pläne, wie er den runden Geburtstag feiern will, hat er auch schon: Er will im Himalaya den 8000er Cho Oyu besteigen. Eben: ein Gratwanderer.



## Die Globetrotter Group AG

Folgende Gesellschaften sind Teil der Globetrotter Group:

- Globetrotter Travel Service (Leitung André Lüthi)
- Nayak Reisen Basel (Leitung Heinz Bruderer und Mario Gysin)
- Wamo Globetrotter Schaffhausen (Leitung Heinz Eglof und Bruno Wanzenried)
- Globotrek & Background Tours (Leitung Ruedi Bless)
- Globetrotter Club (Leitung Andy Keller)
- Bike Adventure Tours (Leitung Chris und Andi Schnell)
- Team Reisen (Leitung Christian Burkhardt)