

# Die BlackBerry-Reisebüros

Management by Gulliver's: Hart arbeiten und immer erreichbar sein

**Gulliver's dürfte in Österreich das einzige Reiseunternehmen sein, das seinen leitenden Mitarbeitern die Benutzung von Blackberrys zur Pflicht macht: Sie sollten eigentlich immer erreichbar sein.**

Die ständige Erreichbarkeit ist für die beiden Inhaber, **Carla und Helmut Maurerbauer**, etwas Selbstverständliches: „Die Kunden kaufen die Maurerbauers – und wir müssen dafür sorgen, dass ihre Reisevorstellungen auch umgesetzt werden können.“ Und dazu gehört auch gelegentlich ein nächtliches Krisenmanagement.

Fragt man Carla Maurerbauer, wie sie das Expansionstempo bewältigt, nennt sie kein modisches Management-Konzept, sondern sagt schlicht: „Wir arbeiten alle sehr hart, anders könnten wir das Wachstum gar nicht bewältigen.“

Gulliver's ist tatsächlich, und das ist selten in Österreich, ein stark wachsendes Unternehmen, das mit nackten Zahlen nur unzureichend gekennzeichnet werden kann. Entstanden aus einem „normalen“ Reisebüro in Himberg/Niederösterreich, expandiert Gulliver's seit dem Jahr 2002 auf mehreren Ebenen. Mittlerweile werden 24 Reisebüros unter den beiden Marken Gulliver's Reisecenter und Gulliver's Lifestyle geführt. Die Zentrale befindet sich im Palais Esterhazy im ersten Wiener Gemeindebezirk. In der Zentrale und in den Filialen werden 115 Mitarbeiter beschäftigt. Ein paar weiße Flecken auf der Österreich-Karte werden in den nächsten Jahren wohl noch erschlossen werden.



**Carla und Helmut Maurerbauer, Inhaber der Gulliver's Reisecenter und der Gulliver's-Lifestyle-Reisebüros.**



**Gulliver's-Lifestyle-Reisebüros folgen einem eigenen Ladenkonzept. Hier spürt der Kunde, dass er nur Premium-Reisen kaufen kann.**

In der Branche noch nicht richtig wahrgenommen ist aber die strikte Fokussierung von Gulliver's auf das Premium-Segment. Innerhalb dieses Segments werden sowohl die eigenen Produkte, unterstützt durch hochwertige Kataloge, verkauft als auch die Spezialkataloge einiger Veranstalter, wie zum Beispiel von Dertour. Unternehmensstrategie Helmut Maurerbauer hat die Premium-Lücke in Österreich frühzeitig erkannt und schnell besetzt. „Es gibt einen Premium-Markt in Österreich, doch die Angebote der Premium-Anbieter stehen normalerweise im Regal neben den Katalogen für Familien und Last-Minute“, hat Maurerbauer beobachtet. „Das passt einfach nicht zusammen.“ Deshalb hat Gulliver's zumindest für die **Lifestyle-Büros** ein anderes **Ladenkonzept** entwickelt. Hier soll der Kunde spüren, dass er nur hochwertige Reisen findet. Aber zum Konzept gehört mehr. „Wir leben Premium“, sagt Carla Maurerbauer und spricht damit das Thema Glaubwürdigkeit an. Wer die Premium-Kunden haben will, muss die Premium-Hotels, die Premium-Destinationen und die Premium-Kreuzfahrtschiffe aus eigener Anschauung kennen. Und auch die Mitarbeiter müssen schrittweise in die Premium-Welt hineinwachsen. Die Konzentration auf das eigene Premium-Produkt ist auch der Grund,

weshalb Gulliver's-Angebote nur in Gulliver's Reisebüros gebucht werden können: „Wir können im externen Vertrieb unser Premium-Versprechen nicht garantieren“, sagt Carla Maurerbauer. Deshalb der Ausbau des eigenen Vertriebsnetzes. Die zahlreichen neugegründeten Reisebüros müssen übrigens im dritten Jahr einen positiven Deckungsbeitrag erwirtschaften.

**In der Fachöffentlichkeit wenig bekannt sind die speziellen Gulliver's-Aktivitäten:**

- Incentives und Fachstudienreisen, auch gemeinsam mit Zeitschriften und Wirtschaftsverbänden.
- Gestaltung von hochwertigen Hotel- und Veranstalter-Katalogen im eigenen Verlag.
- Vertrieb von Kreuzfahrten, überwiegend Karibik, über eine eigene Website.

Carla und Helmut Maurerbauer haben sich für ein Geschäftsmodell entschieden, das Veranstalter-Risiken weitgehend meidet. Durch die verschiedenen Standbeine – Reisebüros, Katalogproduktion, Kreuzfahrten, Premiumangebote – möchten sie eine Balance finden, wenn einmal eine externe Krise das Reisegeschäft trifft. Dass sie schnell reagieren können, haben sie mehrfach unter Beweis gestellt. ■