

Rede

Dr. Volker Böttcher

Vorsitzender der Geschäftsführung

TUI Deutschland GmbH

TUI Holly 2008

Gala-Abend

6. September 2008

in Berlin

- Es gilt das gesprochene Wort -

Meine Damen und Herren,
liebe Holly-Preisträger

wir kommen zum Höhepunkt dieses Event-Wochenendes, zur Verleihung der Holly-Awards. Und damit darf ich Sie nach einem erlebnisreichen Tag im schönen Berlin zu unserer Gala-Veranstaltung herzlich begrüßen.

Meine Damen und Herren, seit nunmehr 40 Jahren machen wir bei der TUI Urlaub. Nicht im eigentlichen Sinne, denn wir gehen ja nicht selbst auf die Reise. Vielmehr entwickeln und organisieren wir Urlaubsreisen für Millionen von Gästen. Zum Start agierte die damalige Touristik Union International - kurz T-U-I genannt - mit den Veranstaltermarken Touropa, Scharnow, Hummel und Dr. Tigges.

Vier Jahre nach der Gründung reisten bereits 1,8 Millionen Kunden mit der TUI. Eine große deutsche Wochenzeitschrift nannte die Touristik Union International damals die „hannoversche Gemischtwaren-Handlung in Sachen Ferienvergnügen“. Ich bin über diesen Begriff gestolpert und habe mich gefragt: Ist das nun positiv aufzufassen oder eher spöttisch gemeint? Und wie sieht es heute bei der TUI aus?

Anfang der 70er Jahre gab es in Deutschland viele Gemischtwaren-Handlungen, auch Tante-Emma-Läden genannt. Das Gute an diesen Geschäften lag auf der Hand: Man musste nur einen Laden besuchen, um sich alle Wünsche zu erfüllen. Das traf damals sicherlich auch auf die TUI zu und passt heute mehr denn je. Denn wir erfüllen jeden

Wunsch. Ob Abenteuer in Afrika, Golfen in Spanien, Wellness an der Müritz oder Familienurlaub im Schnee – wir haben fast alles vorrätig, worauf unsere Kunden Appetit haben könnten.

Und mir ist noch ein Vorteil des leider so gut wie ausgestorbenen Tante-Emma-Ladens eingefallen: Alle Waren sind handverlesen und von hoher Qualität. Denn Tante Emma weiß genau, was sie im Lager hat. Und sie kennt ihre Kunden meist persönlich. Schließlich kommen sie seit Jahren zu ihr, kaufen ein, plaudern, tauschen Neuigkeiten aus und melden Wünsche an.

Ich komme also zu dem Schluss, die Bezeichnung aus dem alten Artikel richtig gut zu finden. Ja, wir haben ein breites Angebot. Wir wollen unsere Stammkunden mit den gewünschten Produkten versorgen und neue Kunden gewinnen. Und wir setzen - gemeinsam mit unseren Partnern im Vertrieb und in der Hotellerie - auf hohe Qualität, persönliche Beratung und Betreuung. Dafür werden die drei roten Buchstaben TUI auch in den kommenden 40 Jahren stehen.

In den vergangenen vier Jahrzehnten wurden viele Anekdoten und Geschichten geschrieben. Einige davon haben wir in einem Retro-Katalog mit vielen buchbaren Produkten mit historischem Bezug zusammengetragen, den wir mit Erscheinen der Sommerkataloge Anfang November dieses Jahres - quasi zu unserem Geburtstag - herausbringen werden.

Eine Geschichte ist mir in besonders guter Erinnerung geblieben. Ich möchte sie kurz erzählen: Durch außergewöhnliche Ideen und Aktionen machte in den 80er Jahren der erste Robinson Club Jandia Playa auf Fuerteventura auf sich aufmerksam. Vier Stunden dauerte damals noch die beschwerliche Busfahrt vom Flughafen zum Club, geteerte Straßen gab es nicht. Klimaanlage in den Bussen waren nicht vorhanden und es kam nicht selten vor, dass die Gäste zum Anschieben des Busses aussteigen mussten. Aber spätestens beim Anblick des paradiesisch anmutenden Clubgeländes an einem der schönsten Strände der Insel war der Ärger über die Strapazen der Anreise verflogen. -

Normalerweise! Denn manchmal machte man sich einen Spaß mit den anreisenden Urlaubern. Als wieder einmal ein Bus voller neuer Gäste unterwegs war, machten sich einige Animatoren mit einem Teil der „alten“ Clubgäste auf den Weg zu einer Baustelle, die zwischen Flughafen und Club lag. Inmitten von Beton, Stahl und Sand machte man es sich mit Liegestühlen, Sonnenschirmen, Handtüchern, Drinks und einem Kühlschrank bequem. Unterdessen steuerte der Bus mit den Neuankömmlingen nicht den Robinson Club an, sondern eben diese Baustelle. Den anreisenden Gästen hatte man kurz vor der Ankunft mitgeteilt, der Club sei noch nicht ganz fertig, dafür sei aber die Stimmung glänzend. Tja, sie können sich die langen Gesichter vorstellen, als der Bus sein Ziel erreichte. Was den neuen Gästen als Robinson Club präsentiert wurde, war eine unglaublich hässliche Betonwüste mit wenigen Farbtupfern. Gut drei Dutzend Gäste und Animatoren hatten es sich hier richtig gemütlich gemacht: die Handtücher lagen über den Balustraden, man aalte sich in der Sonne ausgestattet mit einem kühlen Drink. Ich garantiere Ihnen, diesen

Anblick wird keiner der Gäste je wieder vergessen. Auch wenn solche Aktionen heute der Vergangenheit angehören, ist Robinson auch heute noch ein Garant für Kreativität und Originalität.

Meine Damen und Herren, wenn man im Rahmen eines Events wie am heutigen Abend ein 40jähriges Jubiläum mit Leben erfüllen möchte, braucht es natürlich mehr als nur ein paar Worte. Man braucht dafür natürlich auch einen passenden Ort. Ich glaube, wir haben ihn mit dem Meilenwerk gefunden. In diesem denkmalgeschützten Gebäudekomplex werden die Interessen von Spezialisten, Technikbegeisterten, Ästheten und Nostalgikern rund um das rostigste Hobby der Welt unter einem Dach vereint. Das Meilenwerk ist ein Marktplatz für Autoträume: hier werden Oldtimer ge- und verkauft und natürlich auch restauriert und gewartet. Das Meilenwerk ist die erste Adresse für Oldtimer und Liebhaberfahrzeuge, es ist – so steht es auf der Website – ein Forum für Fahrkultur. Diese Aussage hat mir außerordentlich gut gefallen, denn hier lassen sich wiederum Parallelen zur TUI ziehen. Die Marke TUI ist in Deutschland die erste Adresse für Urlaubsreisen, wir sind Marktführer, stehen für Qualität und Innovationen. So gesehen, ist TUI ein Forum für Urlaubskultur.

Und damit das auch so bleibt, haben wir vor nunmehr 15 Jahren den TUI Holly eingeführt, um Leistungen in der Ferienhotellerie zu würdigen, die Spitzenklasse repräsentieren und Maßstäbe setzen. Seit 15 Jahren sind es unsere Gäste, die mit ihrem Votum die Qualität unserer Hotels bewerten und Holly-Gewinner küren. Rund 500.000 ausgefüllte Fragebögen von TUI Gästen bildeten in diesem Jahr die

Datenbasis für unsere Auswertung. Mit Ihnen sind die Repräsentanten der Hotels mit den meisten Punkten – die TOP 100 – heute hier. Das ist für Sie ein Riesenerfolg, zu dem ich Ihnen sehr herzlich gratuliere.

Abweichend zu den letzten 15 Jahren haben wir allerdings das Präsentationskonzept verändert. Wir werden nicht mehr die zehn Punktbesten mit einer Holly-Trophäe auszeichnen, sondern prämiieren ab diesem Jahr die Sieger in verschiedenen Kategorien. Die Hotelkonzepte haben sich nämlich in den letzten Jahren deutlich weiterentwickelt und gestalten sich je nach Urlaubanspruch unserer Kunden in den unterschiedlichen Regionen der Welt sehr differenziert. Ein Hotelkonzept am Mittelmeer unterscheidet sich deutlich von einem im Harz oder in Mecklenburg-Vorpommern. Clubgäste haben natürlich andere Urlaubserwartungen als diejenigen Gäste, die in einer Finca ihren Urlaub verbringen möchten.

Deshalb haben wir die Hotelangebote jetzt in verschiedene Kategorien eingefügt, die drei besten der jeweiligen Kategorie werden Ihnen heute Abend präsentiert und der beste der Kategorie erhält die begehrte Holly-Auszeichnung. Das sorgt für mehr Spannung, eröffnet allen Beteiligten mehr Chancen und wird dem Holly – davon bin ich überzeugt – neuen Schwung verleihen.

Meine Damen und Herren, freuen Sie sich mit mir darauf, heute Abend die Sieger in folgenden Kategorien zu küren:

Kategorie Eigenanreise

Kategorie Westliches Mittelmeer/Kanarische Inseln

Kategorie Östliches Mittelmeer

Kategorie Fernreisen

Kategorie Umweltchampion

Kategorie Bester Club

Kategorie Bester Newcomer

und Kategorie Bestes Hotel (insgesamt)

Last but not least werden wir erstmals auch einen Holly für das touristische Lebenswerk einer verdienten Persönlichkeit vergeben. Lassen Sie sich überraschen!

Heute erfährt es nur dieser Raum – morgen und in den kommenden Tagen Millionen deutscher Urlauber sowie über 10.000 Reisebüros. Denn zum ersten Mal werden wir zusätzlich zu unserer Pressearbeit rund um den Holly in allen großen überregionalen deutschen Tageszeitungen sowie in der touristischen Fachpresse ganzseitige Anzeigen mit allen neun Holly-Gewinnern schalten. Um Sie alle in diese Kommunikationskampagne zu integrieren, wird es in der Anzeige einen Internetlink geben zu einer Seite, auf der alle 100 Holly-Gewinner abgebildet sein werden. Alles in allem ein sehr umfangreiches Kommunikationspaket, mit dem wir ganz sicher die bundesweite Aufmerksamkeit auf Ihre Hotels steigern werden.

Verehrte Gäste, Sie wissen, dass TUI auch für die Innovationsfähigkeit des touristischen Marktes in Deutschland steht. Erst vor wenigen Wochen wurden wir vom deutschen Institut für Service-Qualität für

unsere Produktinnovation „Schneegarantie“ mit dem Service Innovation Award 2008 ausgezeichnet. Ganz im Sinne unserer neuen Unternehmensvision „TUI makes travel experiences special“ werden wir weitere Innovationen kreieren und erstmalig im nächsten Jahr die beste Hotelinnovation mit einem Holly auszeichnen. Heute war dies leider noch nicht möglich, da wir innovative Hotelkonzepte nicht auf Basis der Kundendaten erheben können. Hier ist touristischer Sachverstand gefragt, weshalb wir eine Jury ins Leben rufen werden, die entsprechende Bewertungskriterien definieren wird.

So, nun bleibt mir noch, Ihnen allen sehr herzlich zu Ihrem Holly-Gewinn zu gratulieren und Ihnen einen unterhaltsamen und vergnüglichen Abend zu wünschen und natürlich einen guten Appetit.

Vielen Dank!