

Bus Magazin
Ausgabe: 12/ 2005

BUSMAGAZIN

Die Fachzeitschrift für Omnibusunternehmer



Management

Reparaturen

Tipps zur Kostensenkung

Technik

Fahrbericht MB Tourino

Ein Vollwert-Midi mit Stern

Markt

Busworld Bunte

Revue der Neuheiten



TOP-THEMA Wolff Ost-Reisen in weihnachtlicher Mission

Service: Was Sie wissen müssen

Grenzüberschreitender Verkehr: Ländertabelle Weißrussland
Fuhrpark: Stadtfliker sind absolute Multitalente. Für jeden Job gibt es das richtige Modell. Alles nur eine Frage des Geldes

12/1

Dez./Jan. 2005/06
26. Jahrgang

Kundenpflege

Wölfe in weihnachtlicher Mission

Wenn es um die Kundenpflege geht, ist der Geschäftsführung von Wolff Ost-Reisen kein Weg zu weit. Seit 13 Jahren gehen Kirsten und Hartmut Wolff jeweils im November vier Wochen lang auf große Deutschland- und Geschenketour. Busmagazin blickte den Nikoläusen aus Furth im Wald ins „Auftragsbuch“.

Morgen kommt der Weihnachtsmann. Auf den 23. Dezember freut sich Kirsten Wolff ganz besonders. Denn dann bleibt das Auto in der Garage, basta. Vier Wochen lang ist das Gefährt die mobile Einsatzzentrale für die Geschäftsführerin von Wolff Ost-Reisen. Vier Wochen, in denen Kirsten und – bei den größeren Touren – Hartmut Wolff quer durch die Republik unterwegs sind, um den Mitarbeitern ihrer treuen Kunden ein persönliches Dankeschön für die gute

Zusammenarbeit zu überbringen. Was 1993 als Weiterführung einer „Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft-Tour“ in Polen begann, ist mittlerweile zu einem echten Markenzeichen der Bayern geworden. Denn in einer Zeit, in der sich UPS, DHL, TNT und wie sie alle heißen auch beim Mittelstand die Klinke in die Hand geben, liefern Kirsten und Hartmut Wolff ein seltenes Beispiel für Kundenpflege der etwas anderen Art. Am Anfang aller Planungen steht der Erfolg der Zusammenarbeit mit dem Kunden



Wer gut plant, findet den Weg leichter. Bevor das Navigationsgerät zum Einsatz kommt, brütet Kirsten Wolff über Straßenkarten und Adressenlisten

Nachgefragt

Ursula Schelges-Pollak (Auto-Schelges KG, Willich): Diese Aktion ist der beste Beweis für das persönliche Verhältnis der Firma Wolff zu ihren langjährigen Geschäftspartnern. Ich weiß nicht, ob man damit einen Kunden halten kann. Aber die Art und Weise, wie Kirsten und Hartmut Wolff den Mitarbeitern unserer Firma danken, ist einzigartig in der Branche.

Guido Gröpper (AK Touristik GmbH, Kiel): Dass Kirsten und Hartmut Wolff auch der Weg in den hohen Norden nicht zu weit ist, spiegelt die liebevolle Zusammenarbeit seit mehr als zehn Jahren wider. Superwichtig bei der Sache ist, dass die zehn Mitarbeiter unsere Firma, die mit Planungen und Buchungen beschäftigt sind, entsprechend bedacht werden.

Franz Gerstmayr (Die Münchner Busreisen Teambus, Hofolding): Seit 20 Jahren wickeln wir alle unsere Reisen in den Osten Europas über Wolff Ost-Reisen ab. Die Aktion ist klasse, schließlich erhalten kleine Geschenke die Freundschaft. Wir freuen uns aber nicht nur über die Geschenke, sondern auch über die halbe Stunde, in der wir mit Kirsten und Hartmut Wolff über Gott und die Welt sowie über das Geschäft reden können.

Erika Huber (Huber-Reisen und Weber-Bustouristik, Ottenhöfen): Ich bin über diese Aktion auch nach 25 Jahren Zusammenarbeit mit Wolff Ost-Reisen nach wie vor begeistert. Treue Kundschaft wird immer seltener, da ist es schon wichtig, dass die Geschäftsführung persönlich kommt. Das halten wir mit den Vereinen, die regelmäßig mit uns fahren, z. B. bei der Übergabe eines Gutscheins, übrigens genauso. Man merkt, dass die Geschenke mit Liebe ausgesucht werden. Das geht weit über die üblichen Kalender und Kulis hinaus.

im laufenden Jahr. Diese Verbindung von Geschäft und Geschenk will Kirsten Wolff gar nicht leugnen. Bei der Auswahl der Stationen im Rahmen der Nikolaus-Touren berücksichtigt sie aber weitere Kriterien. „Wie hat der Kunde in den letzten Jahren gebucht, hatte er nur in diesem Jahr einen „Durchhänger“? Wie sehen die Buchungen für das Folgejahr aus?“, gibt die 43-Jährige einen Einblick in die Vorbereitungen. Stammkunden mit relativ wenig Volumen werden dabei ebenso besucht wie Firmen, die einen großen Umsatzsprung gemacht haben. Unter dem Strich bleiben pro Jahr 60 bis 75

Geschäftspartner, mit denen der Paktereiseveranstalter ca. 45 % seines Gesamtumsatzes abwickelt. Die Spanne reicht dabei von Kunden mit einigen Zehntausend bis zu Firmen, die für mehrere Hunderttausend Euro sorgen. Auch wenn sich



Die Vorbereitungen zur Nikolausaktion sind echte Teamarbeit

die Fluktuation in Grenzen hält, sind rund 25 % der in der Adventszeit besuchten Betriebe neu dabei. 7000 bis 9000 Kilometer in vier Wochen, das geht schon an die Substanz. Warum das Ganze oder lohnt sich dieser Aufwand denn? Diese Fragen kommen auf, wenn Kirsten Wolff auf ihre Nikolaus-Touren angesprochen wird. „Mein Mann und ich mögen da etwas altmodisch erscheinen, aber uns bedeuten Traditionen sehr, sehr viel. Wir haben einen der schönsten Berufe der Welt, wir haben immer mit Menschen und deren Kultur zu tun: sowohl auf der Einkaufs- wie auch auf der Verkaufsseite. Heute muss man sehr, sehr viel Einsatz bringen, um unter den schwieriger gewordenen wirtschaftlichen Bedingungen bestehen zu können“, verdeutlicht Wolff.

Infos aus erster Hand

Dass diese intensive Pflege der Kundenkontakte der Einsatzleitung sehr viel Spaß bereitet, versteht sich fast von selbst. Die Stammkunden freuen sich schon im Vorfeld der Aktion auf den Besuch aus Furth im Wald. Durch den Austausch von Neuigkeiten und „Branchentratsch“ erhalten die Wolfs zudem ein gutes Stimmungsbild aus weiten Teilen der Republik. So wissen sie aus erster Hand, wie es der Branche geht und registrieren die vielen unterschiedlichen Befindlichkeiten.

Besonders am Herzen liegen Kirsten Wolff die Mitarbeiter im Verkauf/in der Planung, „an die ja meistens das ganze Jahr nicht gedacht wird“. Die 43-Jährige denkt dafür umso mehr und bereits ab Oktober

darüber nach, wem sie womit eine Freude bereiten kann. Ideen hat sie reichlich, zum anderen wälzt sie kiloweise Kataloge. Die Besinnung auf die eigenen Wurzeln – Kirsten Wolff ist gebürtige Aachenerin – ist auch hilfreich, schließlich sind in ihrer Heimatstadt die Süßwarenhersteller Lambertz und Lindt ansässig. Ihr besonderes Augenmerk gilt Geschenken, die man auch wirklich verwenden kann. Das kann etwas Hochwertiges für den Schreibtisch, das Büro sein, genau wie etwas Nützliches auf Reisen oder etwas für den Haushalt. „Wenn ich jemanden persönlich schon länger kenne, gehe ich natürlich auch auf Hobbys und Vorlieben ein“, verrät Wolff. So gibt es in diesem Jahr für die Kunden mit Klein- bzw. Enkelkindern Kuschtiere der Firma Sigikid. Wenn Anfang November die Geschenke in Furth im Wald eintreffen, verwandelt sich der Firmensitz in das Hauptquartier vom Nikolaus. Jetzt packt alles, was bei Wolff Ost-Reisen Hände hat – mehr als 30 Personen – an und ein. Die Geschenktüten werden von sämtlichen Beteiligten unterschrieben, denn Kirsten und Hartmut Wolff sehen sich als Botschafter eines ganzen Teams. „Es ist schon sensationell, mit wie viel Liebe zum Detail unsere Mitarbeiter uns unterstützen, teilweise werden die Schleifen und andere Dekorationen

Unibus lebt mit den Anforderungen und Wünschen seiner Kunden

UNI BUS *will*

EDV für Busreiseveranstalter
☎ 02736 44 440 * www.unibus.de

für die Verpackung abends zuhause vor dem Fernseher gebunden und gebastelt“, ergänzt Hartmut Wolff. Es dauert wenige Tage und das gesamte Büro ist mit Körben und Kartons voll gestellt. Da das Tagesgeschäft des Paketreiseveranstalters natürlich weiterläuft, gerät der Weg zum Telefon oder Computer oft zum Hinderislauf. Welches Ausmaß die Aktion mittlerweile angenommen hat, verdeutlicht Sophie Wittmann (Buchhaltung): „Um Ihnen die einzelnen Posten zusammenzustellen, brauche ich einen ganzen Tag“, erklärt sie auf Anfrage. Jeder Mitarbeiter ist in irgendeiner Weise an jedem einzelnen Geschenk beteiligt. „Das hat sich bei uns mittlerweile so gut eingespielt, da kann man schon von Routine

sprechen“, berichtet Chefsekretärin Christine Fischer. Routine hilft auch bei der Etappenplanung. Die Einsatzleitung brütet über Terminkalendern, Land- und Straßenkarten, Adressen- und Geschenkelisten, was, wann und wo alles just in time abgeliefert werden kann. Ganz wichtig dabei ist die Wahl des Autos, bzw. dessen Größe. Noch wichtiger ist die richtige Beladung. Da jede Firma individuell bedacht wird, erhält die Sekretärin die Reihenfolge der besuchten Kunden, um die Geschenktüten mit den entsprechenden Nummern zu versehen. So ist gewährleistet, dass der Nikolaus auch bei Schnee und Regen bequem zuerst an den „Kunden 1“ kommt und nicht bei eventuell schlechter Beleuchtung alle Tüten

absuchen muss. Zudem kann es absolut nicht schaden, alle Telefonnummern inkl. Handy- und Privatnummern parat zu haben. So kann man unterwegs noch kurzfristig einen Termin für abends vereinbaren, falls Witterungs- und Verkehrsverhältnisse einen Strich durch die Zeitplanung machen.

Überraschungseffekt

So oder so liegt das Überraschungsmoment auf Seiten der Wolfs. Denn es werden keine Termine mit Kunden vereinbart. Das Risiko, jemanden nicht anzutreffen, ist bei drei bis fünf Fällen pro Jahr überschaubar. „Wenn wir uns vorher anmelden, würde die Aktion nicht vier, sondern sechs bis acht Wochen dauern“. Das wäre selbst den Nikoläusen aus Furth im Wald des Guten zuviel. Ohne Flexibilität ist dieses Mammutprogramm nicht zu schaffen. Aus diesem Grund werden auch keine Hotels vorher eingebucht,



Voller Einsatz im Hause Wolff

„Schaden kann es auch nicht, die Fahrzeiten der Weserfähre im Winter zu kennen – der Umweg ist ganz schön lang“, ergänzt seine Frau aus leidvoller Erfahrung. Pleiten, Pech und Pannen halten sich aber in Grenzen. Doch im 13. Jahr passiert es dann doch. Am Vorabend der ersten Tour wollen Kirsten und Hartmut Wolff in ihrem Wohnort Regensburg zwölf bestellte Kartons Bratapfel-Glühmost abholen. „Eine freundliche Mitarbeiterin lotste uns zum Lieferingang und kam uns mit einem voll bepackten Lieferwägelchen entgegen. Dabei übersah sie leider eine Spalte der Hebebühne. Ein Rad verding sich, der Wagen kippte um und mit ihm lagen sieben Kartons auf der Hebebühne bzw. 1,80 m tiefer „unter“ der Hebebühne“, schildert Kirsten Wolff den Tathergang. Scherben ohne Ende, ein Krach wie bei einem Saufgelage, der ausgelaufene Glühmost überall – zum Glück blieben einige Flaschen heil, wenn auch mit Scherben und Glühmost übersät. Für Kirsten Wolff bedeutet das Malheur: Nachbestellen, Route ändern, terminlich wieder flexibel sein. Dafür verbreitet nun auch das Dienstfahrzeug der Wolfs dem Anlass entsprechend eine vorweihnachtliche Duftnote. Schöne Bescherung!

RT ■

Zahlen, Daten, Fakten

Premiere	1993, die Aktion befindet sich also im 13. Jahr
Dauer der Aktion	17,5 Reisetage pro Jahr
Dauer der Aktion gesamt	rund 228 Tage oder ein Arbeitsjahr
Besuchte Kunden pro Jahr	60 bis 75
Besuchte Kunden gesamt	ca. 700
Nicht angetroffene Kunden	3 bis 5 pro Jahr
Ziele	ganz Deutschland und das benachbarte Ausland
Fahrzeuge im Einsatz	Opel Zafira, BMW 3er u. 5er Touring, VW-Bus, Ford Van, Mitsubishi Grandis Van (aktuell)
Zurückgelegte Kilometer pro Jahr	7000 bis 9000 km
Zurückgelegte Kilometer gesamt	60000 bis 65000 km
Einsatzleitung	Kirsten Wolff
Fahrer	Kirsten Wolff, Hartmut Wolff

Rechts: Der „Schlitten“ vor dem Start



sondern alles wird kurzfristig von unterwegs aus entschieden. „Da wird es auch mal richtig abenteuerlich, wenn man im Dezember z. B. im Raum Wilhelmshaven/Bremerhaven ein vernünftiges Hotel sucht, das keinen Betriebsurlaub hat“, weiß Hartmut Wolff um die Tücken entlang der Strecke.

Fotos: Wolff Ost-Reisen