



WOLFF®

2013

GRUPPENREISEN
MITTE



Manchmal braucht es gar nicht viele Worte, um Wertschätzung auszudrücken. „Der Wolff, der kann’s“. So brachte Ansgar Zoller, damaliger Chef des Paketreiseveranstalters und Frankreich-Spezialisten La Cordée und heute als „100ProzentFrankreich.de“ Dienstleister für die Gruppen- und Bustouristik, seine Bewunderung über die Pakerkollegen auf den Punkt. Anlass war 2009 ein Artikel in unserer Dezember-Ausgabe über den Besuch von **BUSMAGAZIN** im Firmensitz von Wolff Ost-Reisen in Furth im Wald. „Der Wolff“ – damit meinte Zoller nicht nur den Geschäftsführer Hartmut Wolff, sondern das gesamte Unternehmen. Das in der Branche unbestrittene Können

Wolff Ost-Reisen

Impulsgeber für eine ganze Branche

Wolff Ost-Reisen ist Paketreiseveranstalter der ersten Stunde, genau genommen seit 1964. Im kommenden Jahr feiert das Team um Kirsten und Hartmut Wolff „50 Jahre Wolff und Osteuropa“. Der Impuls von damals, die Grenzöffnung zur früheren Tschechoslowakei, ist für das Unternehmen bis heute Motivation, die tägliche Arbeit mit Neugier, Spaß und Instinkt für das Besondere anzugehen.

der 1958 als Omnibusunternehmen gegründeten Wölffe gilt bis heute – und auch für die Herausforderungen der

Zukunft. Die begann als „Organisation von Reisen für Wiederverkäufer“, also als Paketer zu einem Zeitpunkt, als es diesen Begriff und damit auch entsprechende Mitbewerber noch gar nicht gab. Initialzündung war die Grenzöffnung zur damaligen Tschechoslowakei im Juli 1964.

Bereits eine Woche später rollte der erste Reisebus der Wölffe nach Prag. Bis heute sind es unzählige Busse von Wolff Ost-Reisen-Kunden geworden, die Tschechiens

Hauptstadt und andere bekannte sowie neu zu entdeckende Ziele in Osteuropa ansteuern.

Mit Reisen nach Prag beginnt eine dauerhafte Erfolgsgeschichte. Dabei spürt „der Wolff“ nicht nur kulturelle Schätze auf, sondern schafft auch sein eigenes Meisterwerk. Gemeint ist das Prager Kulturkaleidoskop, das 2013 zum 30. Mal für Busreiseveranstalter die Gelegenheit bietet, ihren Gästen zu einer echten „Saure-Gurken-Zeit“, also im Winter/Frühjahr, Kunstgenuss der Spitzenklasse zu servieren. Der dreitägige Musik- und Konzertreigen führte bisher dreimal, in diesem Jahr viermal in die schönsten und geschichtsträchtigsten Kulturtempel der Stadt. Im kommenden Jahr gibt es erstmals fünf Termine zur Wahl, darunter auch ein Jubiläumsprogramm vom 20. bis

2014 gibt es erstmals fünf Termine für das Prager Kulturkaleidoskop

Das ist aber nur eine von 50 Überraschungen für die Kunden. Etliche davon wird der Katalog, der unter dem Motto Impulse Anfang Juli rechtzeitig zur Buchungs-



saison und zum RDA-Workshop erscheint, zu Tage bringen. So zum Beispiel das „Jahr der tschechischen Musik“ mit Programmen in Prag, Brünn und Litomyšl, die europäische Kulturhauptstadt 2014 Riga sowie Ostertraditionen in einzelnen Destinationen, u. a. Budapest oder St. Petersburg. „Wir verstehen uns als Impulsgeber, sind noch immer neugierig auf Neues, auf die Länder und ihre Menschen“, verrät

Kirsten Wolff. Vieles von dem, was heute zum Dauerbrenner und Quotenbringer für Paketreiseveranstalter geworden ist, haben die Wölffe als Pioniere auf den Weg gebracht. Da steckt nicht nur Arbeit, sondern auch viel Herzblut drin. Und Instinkt, ein für Kirsten Wolff geradezu „inneres Verlangen“, ihre Kunden mit neuen

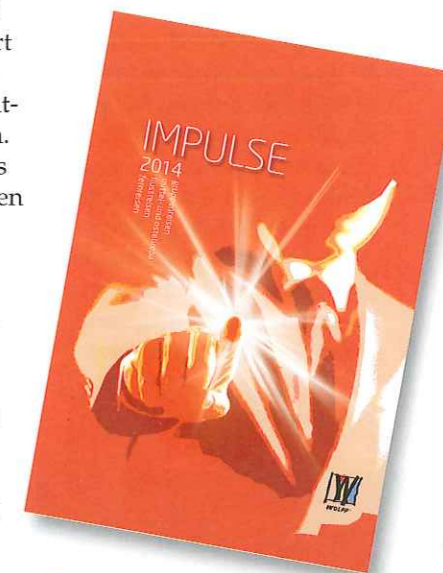
Die „Wölffe“ wollen Vorurteile gegenüber „ihren“ Ländern abbauen

für die in Polen gefahrenen Kilometer. „Damit

erweisen wir uns wie so oft in der jahrzehntelangen Geschichte als Komplett-Dienstleister, die mit den Kunden in einem Boot sitzen und gemeinsam nach Lösungen suchen“, verdeutlicht Kirsten Wolff.

So will es das Unternehmen auch in Zukunft halten. Soll heißen, statt das Zielgebiete-Portfolio auf Teufelkommando zu erweitern, wollen die Wölffe bei „ihren Ländern“ lieber in die Tiefe gehen, eventuell bestehende Vorurteile abbauen und gemeinsam mit den Kunden neue Wege beschreiten. Bestes Beispiel dafür ist die Weiterentwicklung im Bereich Südosteuropa, wo vor allem die Nachfrage für Kroatien, Montenegro, Albanien und Rumänien weiterhin ansteigt. Arrangements wie „Gourmet-Reise durch Istrien“ oder „Genussradeln in der kroatischen Toskana zeigen auch hier, dass die Wölffe nicht nur ein Faible für Nischen

haben, sondern diese auch den Kunden schmackhaft machen können. Die Reise „Entlang der Adriaküste“ nach Kroatien, Montenegro und Albanien ist bereits zum Klassiker geworden. Auch das wieder erweckte Interesse an China hat das Angebotsspektrum für Reisen nach Asien erweitert. Dabei kommt den Wölffen entgegen, dass das Riesen-



▲ Da kann der Funke leicht überspringen: Wolff-Katalog 2013

reich immer mehr Regionen touristisch erschließt. China ist ein Ziel, das eher in der Gruppe bereist wird und damit interessant für Gruppenreiseveranstalter ist, die ihren Kunden Besonderes bieten wollen. Dazu zählt auch die Tour „Die große Seidenstraße, ein Traum aus Tausendundeiner Nacht“. Ach ja, einen Traum haben die Wölffe selbst auch: Touristische Fachgruppen wie Hotel- und Gaststättenverbände von der Dienstleistungsfähigkeit, der modernen Infrastruktur und dem Ausbildungsstandard im Osten zu überzeugen. „Dabei dürfte uns sicherlich in den nächsten fünf bis zehn Jahren die Arbeit nicht ausgehen“, freut sich Kirsten Wolff.

RT

Wolff Ost-Reisen und BUSMAGAZIN In eigener Sache



▲ Paketerpioniere: Kirsten und Hartmut Wolff

Fotos: Wolff Ost-Reisen

Sie sind Impulsgeber für die Branche. Mehr als das. Die Wölffe sind verlässliche Partner. Nicht nur für ihre Kunden, sondern auch für unsere Redaktion. Ein Anliegen von uns, ob Fragebögen, Fotos, Interview, Brancheneinschätzung oder Trendabfrage, „liegt“ bei Wolff nicht lange rum, sondern wird zügig bearbeitet. Das machen andere auch, die Presse will ja hofiert werden. Stimmt, aber der Ton macht die Musik. Der ist bei Kirsten und Hartmut Wolff nicht nur stets freundlich, es kommt auch was dabei rum. Kein Schmu, Bla-Bla oder Worthülsen, hier werden Dinge beim Namen genannt, Missstände angesprochen und Lösungsvorschläge erarbeitet – kurz: die Wölffe liefern in jeder Hinsicht Qualität, auch verbal. Als Kunde – das haben wir während des Kulturkaleidoskops als Pressebegleiter erfahren – bist du bei Wolff in guten Händen. Als Partner kannst du dich immer auf sie verlassen. Als Mitarbeiter kannst du dir keine besseren Chefs vorstellen. Als Freund kannst du dich glücklich schätzen.