# Pressemeldung

## 25. November 2019

**Digitalisierung ohne Frust**

**Lufthansa City Center startet beim LCC Reisebüro-Forum in Travemünde   
ihr Engagement für die Begleitung der Mitarbeiter beim digitalen Wandel**

Das neunte Reisebüro-Forum der Lufthansa City Center (LCC) Gruppe zog in diesem Jahr so viele Reisebüros wie niemals zuvor an. Thema der Tagung im AROSA Resort in Travemünde: Wie sich der klassische Vertrieb mit der digitalen Welt verbinden lässt. Markus Orth, Geschäftsführer der Lufthansa City Center Reisebüropartner GmbH, eröffnete die zweitägige (20. bis 22. November) Veranstaltung mit eindringlichen Worten. Auf Seiten der Reisebüros sei unbedingt Veränderungsbereitschaft und konsequentes Umdenken notwendig. Die heutige Rolle des Reisebüros würde sich massiv wandeln.

„Die Digitalisierung verändert Berufsbilder und die Kommunikation mit dem Kunden. Moderne Kundenschnittstellen sind unabdingbar – dennoch bleibt der Reisebüromitarbeiter und seine Beratungsqualität der zentrale Erfolgsfaktor. Unsere Aufgabe ist es, diesen Change mutig und schnell einzuleiten“, sagte Orth. „Entscheidender Faktor dabei ist Veränderungsmanagement. Damit sind wir im vergangenen Jahr in der LCC-Zentrale gestartet. Jetzt tauschen wir uns mit den Reisebüros aus, wie sich deren Rolle in Zukunft verändert. Wir wünschen uns als LCC die Digitalisierung ohne Frust.“

**Mut und Flexibilität sind zentrale Faktoren im Wandlungsprozess**

Für das Reisebüro-Forum hatte LCC die Weltumseglerin und Führungskräfteentwicklerin Stefanie Voss engagiert. Ihr Vortrag trug die Überschrift „Die Piratenstrategie – Was wir von Seeräubern lernen können“. Voss arbeitete heraus, dass es gerade in Zeiten des Umbruchs entscheidend sei, wagemutig und flexibel zu sein sowie sich auf neue Herausforderungen einzulassen. Reisebüros sollten nicht abwarten, sondern Veränderung umgehend beginnen. Auch die zweite Grundsatzrede erläuterte das Thema Veränderungsmanagement. Der Motivator Norman Gräter machte den Zuhörern in seiner Keynote sehr deutlich klar, dass Reiseverkäufer auch in Zukunft relevant blieben. Denn der personalisierte Service sei das, was Kunden schätzten und Empathie könnten eben nur Menschen. Das sei eine große Chance.

**Die hohe Relevanz digitaler Kundenschnittstellen**

Praktische Beispiele wie Bridge-IT und Voya bestätigen die hohe Relevanz von modernen Kundenschnittstellen. Orth und Start-up Unternehmer Maximilian Lober (Gründer der Digital-Plattform Voya) gaben den Teilnehmern des Forums erste Einblicke in die Partnerschaft und zeigten konkret auf, wie dadurch zusätzliches Geschäft in die Reisebüros gebracht werden soll. Orth erläuterte den Teilnehmern, dass die Verbindung von persönlichem Service (Touch) mit digitalen Kundenschnittstellen (Tech) das sei, was LCC bereits heute erfolgreich mache. Dies bringt die neue LCC-Formel „Touch & Tech“ auf den Punkt.

Ein weiteres Veränderungsthema auf der Agenda war die Nachhaltigkeit. Diese sei unbedingt als Chance zu sehen, um sich gegenüber Kunden als kompetenter Ansprechpartner zu positionieren. Die LCC-Innovations- und Nachhaltigkeitsverantwortliche Stephanie Henicke stellte unter anderem die CO2-Reporting- und Kompensations-Services, die aktuellen Möglichkeiten zum Auffinden zertifizierter Hotels und die LCC-Nachhaltigkeitsschulungen (Büroökologie, Green Counter Online, Präsenzschulungen) vor.

**Hintergrundinformationen für die Redaktionen**

**Zu Lufthansa City Center:**

Lufthansa City Center (LCC) ist mit mehr als 570 Büros in 95 Ländern und einem Gesamtumsatz von rund 5,3 Milliarden Euro (Geschäftsjahr 2018) das weltweit größte unabhängigen Franchise-Unternehmen im Reisebüromarkt. LCC ist in den Bereichen Leisure (Touristik) und Corporate (Geschäftsreisen) aktiv. Die LCC-Geschäftsreisen-Sparte agiert unter dem Label LCC Business Travel. Zur Kette von inhabergeführten Reisebüros mittlerer Größe gehören allein in Deutschland 300 Büros mit rund 2.400 Mitarbeitern. Weltweit beschäftigt das Reisebüronetzwerk etwa 5.300 Mitarbeiter. Weitere Informationen unter LCC.de und LCC-Businesstravel.de.

**Redaktionskontakt:**

Nina Kreke

noble kommunikation GmbH

Tel.: +49 6102 3666 – 41

E-Mail: [nkreke@noblekom.de](mailto:nkreke@noblekom.de)