



Beim Franchise-Sommetreff der alltours Reisecenter in Göttingen traten Jung und Alt in den gemeinsamen Diskurs.

25.07.2024 11:15 CEST

alltours Reisecenter startet generationsübergreifendes Projekt

- Für mehr Verständnis, Miteinander und Transparenz
- Für Mitarbeitende aus Zentrale und Reiseagenturen

Dass bei alltours Reisecenter ein frischer Wind weht, ist der Branche nicht verborgen geblieben: Social-Media-Academy für Mitarbeitende, progressive Employer-Branding-Kampagnen, innovative Gestaltung der Jahrestagung 2023. Nun geht die zu alltours Gruppe gehörende Reisebüroketten den nächsten Schritt – mit einem Projekt, welches die generationsübergreifende Kommunikation fördern und das Miteinander vorantreiben soll.

Dass der Nachwuchs in der Touristik fehlt, ist nichts Neues – wenn er aber doch Teil der Branche wird, zeigt sich schnell, dass die neue Generation ganz anders tickt als die vor ihr. Die Abbruchquote bei Ausbildungen 2022 lag bei über 30 Prozent – die häufigsten Gründe sind „betriebliche Umstände“. Anstatt des alten Mantras „Haben wir schon immer so gemacht“ muss laut alltours Reisecenter deswegen ein neues her. „Um die Nachwuchsförderung kümmern sich zwar alle. Aber damit ein gutes Miteinander generationsübergreifend funktioniert, sich alle Seiten verstehen und effektiv miteinander arbeiten können, muss die Kommunikation untereinander und das Verständnis füreinander stimmen“, weiß Vivien Heydebreck-Jahnke, Bereichsleitung Franchise bei alltours Reisecenter. „Und genau da setzen wir an.“

Unter dem Arbeitstitel „Generationenprojekt“ startet das Unternehmen nun ein vorerst auf ein Jahr angelegtes Projekt, indem Mitarbeitende unterschiedlicher Altersklassen in den Diskurs gehen: Was wünscht sich die „ältere, erfahrenere“ Fraktion vom Nachwuchs? Welche Bedürfnisse hat die vielfach erwähnte Gen Z? Wieso müssen auch Themen wie Diversität und gesellschaftliche Veränderungen im Arbeitsalltag Einzug erhalten und wieso ist es wichtig, sich in einer Diskussion auch in die anderen Positionen hineinzusetzen? All diesen und vielen weiteren Fragen geht das Projekt nach.

Entwickelt wurde auch dieses Konzept gemeinsam mit den kreativen Köpfen von merkenschoenberg und Tourismus Turn aus Berlin. „Es gibt Impulsworkshops mit Spezialisten und Spezialistinnen aus unterschiedlichen Bereichen, Projektworkshops, in denen auch Teilnehmer und Teilnehmerinnen ihren Input leisten müssen, gelenkte Diskussionen, Gruppenarbeiten und Rollenspiele“, erklärt Michael Sawang, Geschäftsführer von alltours Reisecenter. „Eine funktionierende Zusammenarbeit zwischen den Generationen ist kein utopisches Ideal, sondern ein realistisches Ziel – welches wir gemeinsam ins Auge fassen.“

Beim Sommertreff des Franchisebereichs in Göttingen Ende Juni 2024 fand der erste Auftakt statt: Bei einer geleiteten Diskussion mit Workshop-Elementen unter der Leitung von Dominique Krauss, Trainerin beim Innovationsunternehmen Tourismus Turn, stand vorerst die Gen Z im Mittelpunkt. Anschließend wurden die Ergebnisse beim offiziellen Teil der Veranstaltung dem gesamten Plenum vorgestellt. Die Teilnehmenden gestalten und entscheiden aktiv mit, weswegen der finale Titel sowie das Look and Feel mit Logo erst im Anschluss an den nächsten Workshoptermin

am 19. September 2024 gemeinsam bestimmt werden. Bis dahin läuft die Initiative unter dem Arbeitstitel „Generationenprojekt“.

Als Endziel steht natürlich auch der Kontakt zwischen erfahrenen Expedienten und Expedientinnen und Nachwuchstalenten – langfristig auch die mögliche Zusammenarbeit oder sogar Übernahme von Agenturen, deren Leitung sich zur Ruhe setzen möchte. Im ersten Schritt geht es aber darum, zu verstehen, wie unterschiedlich die Bedürfnisse der Generationen sind, wo man in den Diskurs gehen, wo man Kompromisse finden und wo man sich aufeinander einstellen muss. alltours Reisecenter beweist auch hier wieder Weitsicht und gibt seinen Partner*innen und Mitarbeitenden die Möglichkeit, die eigene berufliche Zukunft, aber auch die Branche, mitzugestalten.

Über alltours

Seit 50 Jahren steht alltours für qualitativ hochwertigen Urlaub zu günstigen Preisen. Mit rund 2 Millionen Gästen im Geschäftsjahr 2022/23 zählt das Unternehmen zu den fünf größten Reiseveranstaltern Deutschlands und in Europa zu den Top Ten. Bei der Markenbekanntheit erreicht alltours mit 92 Prozent ebenfalls eine Spitzenposition. Zur alltours Gruppe gehören neben den Veranstaltern alltours und goodbye die alltours Reisecenter, die Incoming-Agentur Viajes allsun und die allsun Hotels.

Kontaktpersonen



Jens Völmicke

Pressekontakt

Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher

jens.voelmicke@alltours.de

+49 (0)2 11-5427-7400



Alexandra Hoffmann

Pressekontakt

Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

alexandra.hoffmann@alltours.de

+49 (0)2 11-54 27-7401