



Unter dem Motto „Das A und O von alltours Reisecenter – achtsam und offen“ fand kürzlich im Aldiana Club Ampflwang in Österreich die diesjährige Jahrestagung der alltours Reisecenter statt.

26.11.2024 11:42 CET

Talkrunden, Live-Podcast, Herzblatt-Show: alltours Reisecenter überrascht Franchisepartner mit frischem Tagungskonzept

- Außergewöhnliches Jahrestagung mit lebendigem und vielfältigem Programm
- Richtungsweisendes Motto: „Das A und O von alltours Reisecenter – achtsam und offen“

Ein Feuerwerk an Farben, neuen Formaten, Energie und jeder Menge Spaß: Unter dem Motto „Das A und O von alltours Reisecenter – achtsam und offen“ fand kürzlich im Aldiana Club Ampflwang in Österreich die diesjährige Jahrestagung der alltours Reisecenter Franchise statt.

Vivien Heydebreck, Franchiseleiterin der alltours Reisecenter, hatte in diesem Jahr ein besonderes Veranstaltungsformat entworfen. „Wir wollten weg von der klassischen Frontbeschallung und auch nicht nur über Innovation und Veränderung reden, sondern diese auch bei unserer Tagung spürbar machen“, so Heydebreck. „Im Mittelpunkt standen deshalb keine klassischen Präsentationen, sondern ein lebendiges und interessantes Programm mit einem klaren roten Faden.“

Rund 100 Teilnehmende wurden an den zwei Tagen mit einem frischen Tagungskonzept überrascht. Neben der Aufzeichnung von zwei Live-Podcasts mit der Agentur Tourismus Turn und einer Reismesse mit Gamification-Elementen, stand auch die Premiere der Talkrunde „ReisecenterTreff“ auf dem Programm. Gabriele Beste von der ERGO Reiseversicherung, Petra Bobeth von Bewotec, Lisa Schürmann, Franchisenehmerin vom alltours Reisecenter in Aachen und Vivien Heydebreck diskutierten mit Maren Merken von Tourismus Turn die Themen Expansion, Imagebildung, Vielfalt und Veränderung.



Weniger ernsthaft aber mit viel Information ging es bei der „Herzblatt-Show by alltours Reisecenter“ zu: Ein Reisebüro musste ganz nach Manier der kultigen ARD-Vorabendsendung blind sein Herzblatt wählen. Hinter der Schiebetür: Melanie Belle von LMX/Suntrips, Christina Göhrl von Bentour Reisen sowie Sabrina Edelmann von Orascom, die mit allerlei Argumenten, USPs ihrer Unternehmen, Reisezielen und Hotels von sich überzeugen mussten. Am Ende machte Melanie Belle das Rennen.

Zusätzlich hatten Vertreter und Vertreterinnen von Leistungsträgern wie André Lührs von ACCON-RVS, Jessica May von alltours flugreisen oder Petra Bobeth von Bewotec die Chance, sich in kurzweiligen Workshops dem Plenum zu präsentieren. Und auch das Thema Selfcare kam nicht zu kurz: Kathrin Steinkopf, Coach vom Berliner Unternehmen „Zeit für richtig gut“ gab den alltours Reisecenter-Büros einen ersten Einblick in das Thema Achtsamkeit und positives Mindset.

„Uns ist wichtig, hier immer wieder neue Wege zu gehen und auch Skeptiker mitzunehmen“, erklärt Heydebreck. Das ungewöhnliche Konzept der Jahrestagung passt zum Markenauftritt von alltours Reisecenter: Von sich reden gemacht hat die Reisebüro-Kette in diesem Jahr bereits mit ihrer bunten, auffälligen Employer Branding-Kampagne, der hauseigenen Social-Media-Akademie „Digital Explorer“ sowie ganz neu dem Generationenprojekt „Connecting Generation“.

Über alltours

Seit 50 Jahren steht alltours für qualitativ hochwertigen Urlaub zu günstigen Preisen. Mit rund 2,3 Millionen Gästen im Geschäftsjahr 2023/24 zählt das Unternehmen zu den drei 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 byebye 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