

# Bezahlbare Repräsentanz für Airlines

Aviareps steht einfach erklärt für Airline-Vertretung. Airlines und andere Kunden werden rund um den Globus so vertreten, als spreche oder maile der Airlinekunde mit «seiner» Airline selbst. Dies ermöglicht den Fluggesellschaften kostengünstige aber trotzdem umfassende und kompetente Auftritte «vor Ort», vor allem dort, wo eigene Niederlassungen und Büros in einem ungünstigen Kosten-Nutzen-Verhältnis stehen würden. 1994 gegründet, vertritt Aviareps heute eine stattliche Anzahl Airlines rund um die Welt und repräsentiert deren Marke in Verkauf und Kommunikation, meist ohne dass sie überhaupt als Aviareps wahrgenommen wird.

## VON SEBASTIAN SCHMITZ

Wenn Fluggesellschaften eine neue Route aufnehmen – insbesondere solche, die nicht den Grossteil ihrer Tickets über das Internet verkaufen – stellt sich die Frage nach einer Repräsentanz vor Ort. Das Anmieten eines adäquaten Büros, die Anstellung und Schulung von eigenen Mitarbeitern kann schnell grosse Summen verschlingen, ohne dass ein einziges Ticket verkauft wurde. Speziell bei kleinen Airlines, die nur einen wöchent-

lichen Flug zu einer Destination anbieten, stehen die Kosten da in keinem günstigen Verhältnis zum Nutzen. Eine recht preisgünstige Lösung, die Airlines oft wählen, ist die Ernennung eines sogenannten General Sales Agents (GSAs) vor Ort, der mehrere Fluggesellschaften gleichzeitig vertritt und im Namen der jeweiligen Airline den Verkauf vor Ort durchführt. Das hilft den Flugunternehmen zwar lokal am jeweiligen Ort, jedoch stellt sich das Problem, das die Büros in verschiedenen Ländern in der Regel nicht

vernetzt sind. 1994 machte sich der Airlinemanager Michael Gaebler daran, Fluggesellschaften hier eine professionellere und umfassendere Lösung anzubieten und füllte eine Nische, die bis dahin kaum jemand bemerkt hatte und die gleichzeitig sehr Erfolg versprechend schien. Aviareps war geboren und es hätte wohl Michael Gaebler und seine Kompagnons in ziemliches Staunen versetzt, hätte Ihnen damals jemand vorhergesagt, wie weit die Firma bis heute gekommen ist...



Michael Gaebler

## Der schwierigste Schritt – der erste Kunde

Für eine neu gegründete Firma ist wohl wenig so schwierig wie die Akquise des ersten Kunden. Aviareps hatte zur Zeit der Gründung zwei kleine Büros, eins in Frankfurt und eins in München, und insgesamt sechs Angestellte, aber noch keine Airline, die man vertrat. Michael Gaebler grinst vergnügt, als er von den mühsamen Anfängen erzählt. «Wir mussten damals sehr kreativ und äusserst flexibel sein, was die Gewinnung unserer ersten Kunden betraf». Die Bemühungen fruchteten bald und es war Air Seychelles, die man als ersten Kunden in Deutschland begrüssen konnte. Damals flog Air Seychelles einmal in der Woche nach Frankfurt und war froh, eine günstige Lösung für eine Vertretung vor Ort gefunden zu haben. Die Tatsache, dass man Air Seychelles noch heute vertritt, spricht wohl für sich. Die zweite Airline, die man als Kunden gewinnen konnte, war Transavia aus den Niederlanden. Heute vertritt Aviareps in verschiedenen Ländern über 70 Airlines, die neueste unter ihnen ist LAN aus Südamerika.

## Was bedeutet Airlinerepräsentanz konkret?

Schauen wir uns verschiedene Beispiele an: Air Namibia ist ein langjähriger Kunde von Aviareps. Wenn man im Telefonbuch nach Air Namibia sucht, wird man eine Adresse und Telefonnummer in Mörfelden-Walldorf finden, in unmittelbarer Nähe des Frankfurter Flughafens. Die deutsche Website von Air Namibia erwähnt den Namen Aviareps nicht oder wenn nur ganz versteckt. Und das ist auch gar nicht nötig. Wenn man die

Nummer der Air Namibia wählt oder ihr ein E-mail schreibt, so hat man einen Aviareps-Mitarbeiter am Apparat, genauso funktioniert es auch per E-mail. Die Marke Aviareps ist fast komplett unsichtbar für die Kunden, versteckt hinter der jeweiligen Airlinemarke. Das Air Namibia-Büro in Mörfelden-Walldorf ist dann auch in Wirklichkeit das lokale Büro für eine grosse Zahl verschiedener Airlines, ein modernes Bürogebäude nur wenige Minuten vom Frankfurter Flughafen entfernt. Wenn man etwas recherchiert, wird man bald herausfinden, dass eine ganze Reihe von Fluggesellschaften unter der gleichen Adresse und einer nur minimal verschiedenen Telefonnummer zu finden sind. Air Namibia ist das, was Aviareps einen «Online Carrier» nennt. Das bedeutet, dass die Airline tatsächlich in das Land fliegt, wo sich das Büro befindet. Mexicana Airlines, als anderes Beispiel, ist eine weitere Airline, die man in Deutschland vertritt, fliegt aber selber nicht dorthin. Für Mexicana – ein so genannter «Offline Carrier» – wäre es finanziell nicht lohnend, vor Ort ein eigenes Büro zu unterhalten. Dennoch sind die Ticketverkäufe in Deutschland so lohnend, dass man gerne eine Repräsentanz vor Ort haben möchte, um diese in gleicher Höhe beizubehalten oder im Idealfall sogar zu steigern. Und hier kann eine Firma wie Aviareps den Airlines meist ein interessantes Angebot machen. Sei es das traditionelle Ticketing, kompletter Verkauf und Marketing vor Ort oder das Anbieten von IBCS- und IT-Lösungen. Die meisten Airlines wählen ein Paket von Angeboten, um es später nur mit einem Partner vor Ort zu tun zu haben. Gibt es einen bestimmten Typ Airline, die Aviareps



Zu vielen langjährigen Kunden gehört auch Air Namibia. Sie ist ein sogenannter «Online Carrier». Das bedeutet, dass die Airline tatsächlich in das Land fliegt, in dem sie von Aviareps vertreten wird.

für ihre Dienste wählt? «Überhaupt nicht», sagt Michael Gaebler, «wir vertreten Fluggesellschaften aller Grössen, aus allen Gegenden der Welt und mit den verschiedensten Geschäftsmodellen.» Wenn es nach ihm geht, beschränkt eine Airline sich auf zwei Dinge: das Erschaffen und Erhalten einer



Kein prunker typischer Airline-Palast: Schlicht und modern präsentiert sich das Bürogebäude, in dem der Hauptsitz von Aviareps in München einquartiert ist (Sebastian Schmitz).





starken Marke und das Sicherstellen der Profitabilität. Alles andere kann an spezialisierte Firmen ausgelagert werden, sei es die Flugzeugwartung, der Verkauf, die Durchführung der Flüge, Catering, Abrechnung und vieles andere mehr. Und das ist sicherlich Musik in den Ohren von Michael Gaebler, denn in einigen dieser Bereiche ist Aviareps tätig. Heute ist das Unternehmen der weltweit grösste Anbieter für Airlinerepräsentanz und kann Fluggesellschaften wie Singapore Airlines, Emirates oder Air Canada zu seinen Kunden zählen.

**Warum entscheiden sich Airlines für Aviareps?**

Warum lagern Airlines ihren Verkauf, das Marketing oder andere Bereiche an Aviareps aus? Zunächst mal werden damit aus Fixkosten variable Kosten. Die Angestellten werden innerhalb von Aviareps je nach Bedarf von einer Airline zur nächsten «geschoben». Alle anfallenden Kosten für die Airlines richten sich nach Umsatz und sind somit erfolgsabhängig. Michael Gaebler verweist auf sehr motivierte Mitarbeiter und auch hier trägt die Erfolgsbeteiligung für den einzelnen Mitarbeiter sicherlich dazu bei, besonders gute Arbeit zu leisten. Wettbewerb unter den Mitarbeitern ist hierbei durchaus gewollt. So wird z.B. der Mitarbeiter, der Air Madagascar im italienischen Markt vertritt, möglichst versuchen, genauso gute Umsätze zu machen, wie sein Kollege, der die Air New Zealand im gleichen Markt repräsentiert. Durch diese Struktur können Kunden, in diesem Falle Airlines, viel flexibler agieren, als wenn sie selber die nötige Infrastruktur schaffen müssten. Wird eine neue Destination ins Streckennetz aufgenommen, gibt es durch Aviareps in den meisten Fällen schon Experten vor Ort, die die Verkaufskanäle und – auch nicht zu vernachlässigen – lokale Gewohn- und Besonderheiten gut kennen. Und wenn sich eine Fluglinie von einer Strecke zurückzieht, kann man immer noch relativ kostengünstig eine Vertretung vor Ort halten, braucht nicht kurzfristig neue Mitarbeiter anwerben oder überflüssige entlassen, da die Kosten sich nach dem Umsatz richten und keine Fixkosten für die Miete

eines Büros, Mitarbeitergehälter u.a. anfallen und die Mitarbeiter innerhalb von Aviareps «umverteilt» werden können, da man in den meisten Märkten, in denen man präsent ist, mehr als nur eine Airline vertritt. Durch die verschiedenen Geschäftsfelder kennt Aviareps die verschiedenen Märkte sehr gut, kennt die Verkaufskanäle und hat gute Kontakte zur Reisebranche vor Ort. Und das ist sicherlich ein grundlegender Unterschied zwischen einem grossen, inzwischen global operierenden Anbieter und dem meist nur lokal agierenden General Sales Agent. Alle Büros sind miteinander vernetzt, profitieren vom Wissen der anderen und der Kunde kann weltweit den gleichen Standard erwarten. Aus den zwei Büros in Frankfurt und München im Jahr 1994 sind heute 38 geworden, in fast allen bedeutenden Märkten weltweit. Einige Filialen wurden komplett neu eröffnet, andere durch Übernahmen oder Fusionen mit lokalen GSAs neu hinzu gewonnen. Die ersten Auslandsbüros wurden in der Schweiz, Österreich und Russland eröffnet. Das Büro in Moskau nahm 1997 den Betrieb auf, unmittelbar vor der bis dahin grössten Wirtschafts- und Finanzkrise des Landes, kein besonders gutes Timing. Heute ist Russland für Aviareps jedoch einer der erfolgreichsten und bedeutendsten Märkte. Üblicherweise gibt man einer neuen Filiale drei Jahre Zeit, um profitabel zu werden, so Michael Gaebler.

**Zu Besuch im Aviareps-Hauptquartier**

Das Aviareps-Büro in München sieht nicht so aus, wie man sich ein Airline-Stadtbüro üblicherweise vorstellt. Keine grosse Schaufensterfront, nicht am besten Standort in der Innenstadt angesiedelt, kein grosses Flugzeugmodell im Fenster und jede Menge ungenutzter Raum. Es ist ein modernes, recht unauffälliges Bürogebäude, in dem man im vierten Stockwerk «residiert». Im Eingangsbereich befinden sich an einer Wand Schilder mit den Logos aller Airlines, die Aviareps weltweit vertritt – mittlerweile sind das mehr als 70. Es gibt kaum Kundenbesuche, die allermeisten Kontakte finden per Telefon oder Internet statt. Und so besteht auch kein Grund für ein üppiges, repräsentatives Büro, es geht schlicht und einfach um ein modernes, effizient geführtes Büro, das gut per Telefon, Fax oder E-mail zu erreichen ist. Auch hier gibt es Ausnahmen und in Ländern wie Russland oder der Ukraine ist der



Die Kundentafel am Hauptsitz weist mit den Airline-Logos auf die grosse Kundenzahl hin.

Anteil an Passagieren, die ihre Tickets noch persönlich im Büro abholt, noch deutlich höher. Dort ist das Internet noch nicht so weit verbreitet wie anderswo und die Menschen sind es auch nicht anders gewohnt. In aller Regel werden die Tickets heute jedoch elektronisch zugestellt. Es gibt noch ein paar weisse Flecken auf der Aviareps-Landkarte, die Michael Gaebler gerne bald füllen würde. So würde man gerne schon weiter in Richtung Asien, Mittlerer Osten oder Afrika expandieren, allesamt nicht unbedingt einfache aber finanziell lukrative Märkte. Die meisten der Aviareps-Dependancen beschränken sich heute nicht nur auf Airlinerepräsentanz. Ähnliche Dienstleistungen werden auch für Destinationen angeboten, die in einem bestimmten Markt Flagge zeigen wollen, so etwa NYC & Company, Las Vegas Convention & Visitors Authority oder die Tourismusbehörde von Abu Dhabi. Darüber hinaus vertritt das Unternehmen Hotelketten, Autovermietungen, Kreuzfahrtslinien oder auch Flughäfen, wie z.B. die von München oder Köln/Bonn, im Ausland. Es scheint, als hätten Michael Gaebler und seine Partner in der Tat eine gute Idee gehabt, als sie Aviareps 1994 aus der Taufe hoben. Die Liste potenzieller Neukunden scheint endlos und gerade in eher kritischen Zeiten wie diesen wird sich vielleicht der eine oder andere auf diese Alternative besinnen.

**AVIAREPS-KUNDEN**

- *Air Seychelles konnte als erster Kunde in Deutschland begrüsst werden. Die Airline gehörtauch heute noch zum Kundenkreis der Aviareps.*
- *Mexicana ist ein sogenannter «Offline Carrier». Diese Airline wird von Aviareps in Deutschland vertreten, fliegt aber gar nicht in dieses Land.*
- *Mittlerweile vertritt Aviareps weltweit mehr als 70 Airlines. Als bisher letzte Airline in den Kundenkreis gestossen ist LAN Chile.*