



Zehn Jahre HanseMerkur in Österreich: „Wir haben noch viel vor“

Die HanseMerkur in Österreich feiert im Juni offiziell ihren ersten runden Geburtstag, nachdem das Fest corona-bedingt um ein Jahr verschoben wurde. Umso größer war die Freude, das Jubiläum und die Erfolge endlich gebührend zelebrieren zu können. Zeit zurückzuschauen: Fuad Izmirlija und Michael Franzan, die das Büro in Wien von der Pike aufgebaut haben, blicken mit Vera Scheuermann, Bereichsdirektorin Reisevertrieb International und Online, auf zehn Jahre HanseMerkur in Österreich.

Herzlichen Glückwunsch zu 10 Jahren HanseMerkur in Österreich. Wie haben Sie den ersten runden Geburtstag gefeiert?

Fuad Izmirlija: Eigentlich sind es ja heuer schon 10+1 Jahre. Die Organisation eines großen Events hätte gegebenenfalls schon 2021 beginnen müssen und aus damaliger Sicht war die Planungssicherheit dafür nicht gegeben. Aber es heißt ja: Vorfreude ist die schönste Freude – und das Warten hat sich auf jeden Fall gelohnt. Wir hatten einen wunderbaren Tag bei unserer Jubiläumsfeier mit 150 geladenen Gästen aus Tourismus- und Versicherungswirtschaft.

Vera Scheuermann: Wir haben unsere Vertriebspartner nach Wien eingeladen und sind mit historischen Straßenbahnen zur Abend-Location gefahren. In den Bahnen gab es eine Verkostung mit österreichischen Weinen, sozusagen als Einstimmung auf das Heurigen-Lokal, in dem wir in sommerlichem Ambiente bei Abendessen und Programm den Tag ausklingen ließen.

Michael Franzan: Das schönste „Geschenk“ für uns war, dass wir letztes Jahr durch das Wiedererwachen der Reiselust das bisher beste Ergebnis einfahren und mit der Anbindung eines der größten touristischen Accounts dem Jubiläumsjahr das Sahnehäubchen aufsetzen konnten. Besser hätte es nicht laufen können.

Was waren Ihre Meilensteine?

Fuad Izmirlija: Es ist nicht einfach, zehn Jahre in ein paar Sätze zu verpacken. Gleich zum Start haben wir im ersten vollen Geschäftsjahr 2013 nicht einfach nur die erhoffte Millionen-Umsatzgrenze erreicht, sondern mit 2,9 Millionen Netto-Betriebsergebnis die Latte für uns selbst gleich sehr hoch gelegt. 2015 ist es uns gelungen, den ersten Big Player aus den Top 5 der touristischen Unternehmen in Österreich für uns zu gewinnen. Heute fokussieren wir uns auf die 20 Millionen Marke.

Michael Franzan: Abgesehen von der über allen Erwartungen liegenden Umsatzentwicklung sind wir nunmehr acht Jahre in Folge von der Österreichischen Gesellschaft für Verbraucherstudien (ÖGVs/qualitaetstest.at) als beste Reiseversicherung Österreichs ausgezeichnet worden. Das ist eine tolle Bestätigung dafür, dass unser Gesamtkonzept aus Tarif- und Servicequalität auf einem konstant hohen Level wahrgenommen wird.

Fuad Izmirlija: Das ist ein Verdienst des gesamten Teams, welches wir mit den Zuwächsen kontinuierlich aufbauen konnten und das in der aktuellen Konstellation ein breites Spektrum an Knowhow aus den verschiedensten Bereichen mitbringt. Von Reisebüro und Reiseveranstalter über Hotellerie und Business Travel bis hin zu Versicherungsexperten: Unsere Kolleginnen und Kollegen sprechen die Sprache jener, die sie täglich betreuen.

Wie kam die Entscheidung zustande, dass Österreich der erste Auslandsmarkt der HanseMerkur wird? Welche Erwartungen gab es?

Vera Scheuermann: Österreich ist ein Markt, der sowohl sprachlich als auch geografisch sehr nah an Deutschland dran ist. Wir waren dort vor der Eröffnung des Verkaufsbüros schon mit Partnern aus Deutschland heraus tätig. Und als die Internationalisierung der Reiseversicherung aktiv gestartet werden sollte, war die Entscheidung für Österreich als ersten lokalen Markt sehr schnell gefallen.

Herr Izmirlija, Herr Franzan, erinnern Sie sich noch an die Anfangstage im Büro? Was waren Ihre Wünsche und Ziele?

Fuad Izmirlija: Ich kann mich noch ganz genau erinnern. Es klingt banal, aber ich habe auf einen A4-Zettel alle Partner geschrieben, die ich für die HanseMerkur gewinnen wollte – quer durch ganz Österreich, Unternehmen verschiedener Größenordnungen und diversem touristischen Angebot von Reisebüros bis Busveranstalter. Diese Liste existiert im Vertragsarchiv immer noch. Und bis auf wenige Ausnahmen ist mir deren Anbindung im Laufe der Zeit auch gelungen. Das war die Basis für die Entwicklung von Ideen und Strategien. Am schwierigsten war die Zeit vor dem tatsächlichen Go-Live unseres Produktkonzepts. Da existierte alles nur auf dem Reißbrett und wir hofften jeden Tag, dass alles so funktioniert, wie wir uns das überlegt haben.

Michael Franzan: Mein Ziel war es, möglichst rasch die für uns neuen Organisationsstrukturen und internen Abläufe kennen zu lernen. Ich kam aus dem Bereich Vertriebsmarketing. Mit dem beruflichen Neustart warteten viele Aufgaben, mit denen ich davor kaum Berührungspunkte hatte. Die Anfangszeit war geprägt von regem Austausch mit den internen Abteilungen und Besuchen in Hamburg.

Es existierten bereits ein Dutzend Reiseversicherungen, als die HanseMerkur in den Markt eingetreten ist. Gab es am Anfang Zweifler? Wie war Ihr Start, was waren Ihre ersten Schritte?

Fuad Izmirlija: Anfangs trafen wir fast nur auf Zweifler, kaum jemand glaubte, dass ein 13. noch Platz mit seinem Angebot findet – ohne große Werbekampagnen, ohne große Markenbekanntheit, ohne Zukauf eines Unternehmens mit vorhandenem Bestand.

Michael Franzan: Vermutlich lag aber genau darin auch unsere Chance – eben weil es uns keiner zugetraut hat, zumindest nicht in dieser Geschwindigkeit.

Fuad Izmirlija: Eine der wichtigsten Fragen war: „Was müssen wir (produktseitig) anders machen, dass ein Vertriebspartner zur HanseMerkur wechselt?“ Um das herauszufinden, habe ich einfach drei wichtige potenzielle Partner zum Brainstorming eingeladen, Ideen gesammelt, gemeinsam mit den Kollegen in der Abteilung Reisebetriebswirtschaft umgesetzt und über die Jahre weiterentwickelt.

Die Erfolgsgeschichte ist beeindruckend. Was denken Sie ist Ihr Erfolgsrezept?

Fuad Izmirlija: Wir haben einfach ein großartiges Team, das zu 100 Prozent hinter dem Produkt steht. Damit gewährleisten wir die persönliche Betreuung, die sich unsere Vertriebspartner wünschen. Zudem haben wir die volle Unterstützung aus dem Mutterhaus in Hamburg, angefangen von den operativen Einheiten über die Fachabteilungen und kurze Entscheidungswege zur Bereichsleiterin bis hinauf zum Vorstand. Auf dieser Basis sind wir eine optimale österreichische Lösung für Partner und (End-)Kunden.

Am Anfang waren Sie ein Duo, heute ist das Team in Österreich zweistellig. Wie hat sich Ihr Alltag dadurch gewandelt?

Fuad Izmirlija: Durch den raschen Anfangserfolg konnten wir viel früher als gedacht überhaupt über Zuwachs im Team nachdenken. Das bedeutete zugleich, dass wir ein größeres Büro benötigen. Das erste war für den Start auf zwei Personen ausgerichtet. Mit der neuen Kollegin als Dritte im Bunde kam dann noch mehr Struktur in den Vertriebs-Alltag.

Michael Franzan: Mehr Struktur und mehr Möglichkeiten. Zu zweit waren die Aufgaben klar verteilt. Fuad für den Außendienst – ich für den Innendienst. Mehr Struktur brauchte es anfangs nicht. Heute können wir im Innendienst vertriebswegespezifisch arbeiten (Touristik, Makler, Endkunden) und kümmern uns zusätzlich um viele Themen und Projekte wie IDD-Schulungen, Entwicklung der Webseite, Produktentwicklung sowie Entwicklung der Anwender-/Buchungstools.

Wie haben Sie Corona erlebt?

Fuad Izmirlija: Privat und geschäftlich möchte ich eine Zeit wie diese nicht noch einmal erleben. Der persönliche Kontakt ist das Herzstück unseres Geschäfts. Der Umgang mit Menschen, das Netzwerken, davon lebt der Vertrieb. Und plötzlich ist das von einem Tag auf den anderen nicht mehr möglich. Dazu die Ungewissheit, wann Reisen wieder uneingeschränkt stattfinden können.

Michael Franzan: Wenn man dem Ganzen irgendetwas Positives abgewinnen möchte, dann, dass es uns als Team noch mehr zusammengeschweißt hat...

Fuad Izmirlija: ...und dass wir vieles richtig gemacht haben und unsere Partner in dieser schwierigen Zeit sehr gut unterstützen konnten mit guter Erreichbarkeit und kurzen Antwortzeiten beim Handling der unzähligen Stornos und Reiseverschiebungen. Zudem haben wir mit dem Corona-Reiseschutz eine Lösung geschaffen, die Reisen in Zeiten von Quarantäne-Regelungen und weltweiter Reisewarnung machbarer gestaltet hat. Letztlich konnten wir gemeinsam mit unseren Partnern gestärkt aus der Krise hervorgehen.

Frau Scheuermann, die Internationalisierung der HanseMerkur ist in vollem Gange, das neueste Büro wird gerade in den Niederlanden eröffnet. Was geben Sie den Kollegen vor Ort mit auf den Weg, damit es so gut läuft wie für das Team in Österreich?

Vera Scheuermann: Unsere Kollegen in den Verkaufsbüros sind allesamt, so wie Fuad Izmirlija und sein Team, aus dem jeweiligen Land und Experten für ihre Themen, sprich Versicherung und Touristik. Nur so kann es gelingen, dass man die Produkte entwickelt, die unsere Vertriebspartner sich wünschen und brauchen sowie gleichzeitig eine ideale Betreuung zu gewährleisten.

Welche Strategie verfolgt die HanseMerkur hinsichtlich der Internationalisierung?

Vera Scheuermann: Wir sind mit unserer Strategie, Markt für Markt ein Verkaufsbüro mit lokalem Team zu eröffnen, sehr erfolgreich und werden diese weiterverfolgen. Da wir im gesamten europäischen Wirtschaftsraum im freien Dienstleistungsverkehr tätig sein dürfen und Partner in fast allen Märkten aktuell schon begleiten, haben wir keinen Druck, daran etwas zu ändern. So erschließen wir einen Markt nach dem anderen.

Was wünschen Sie sich für die nächsten 10 Jahre HanseMerkur in Österreich?

Michael Franzan: Wir wollen uns etwas vom „Start-Up-Spirit“ erhalten, der uns bisher begleitet hat.

Vera Scheuermann: Weiterhin sehr zufriedene Vertriebspartner und Endkunden – und dass uns das tolle Team erhalten bleibt!

Fuad Izmirlija: Wir möchten natürlich weiterhin so organisch wachsen, unsere langjährigen Partnerschaften pflegen und weiterentwickeln und damit auch zukünftig einen wertvollen Beitrag zum Gesamtergebnis unseres Vertriebsbereichs leisten. Ich bin überzeugt, dass uns dies gelingen wird. Wir haben noch viel vor!

- HanseMerkur-Gruppenfotos_2022-12-20_Cheluk_012.jpg: Bildquelle: Chaluk
- 2012-07_Fuad&Michael_im_ersten_Büro.jpg: HanseMerkur
- 2017-09-06_TEAM_AT_5-Jahresfeier.jpg: HanseMerkur
- HanseMerkur-Gruppenfotos_2022-12-20_Cheluk_012.jpg: Chaluk