

# signin

 **Lufthansa City Center**

August | 2013



## **Gut besucht: ERFA-Runde für Büroleiter**

**LCC Global Travel – Mystery Shopping – LCC Vollversammlung**  
*LCC Global Travel – restructuring procurement – General Assembly*

# Das Menü: 1A. Der Service: 1A. Der Sitz: 8H.

**Köstliches Essen,  
perfekter Service:  
jetzt in der  
Business Class**

**Nonstop  
you**

„Darf es noch etwas sein?“ Diese Frage stellen wir auf jedem Flug. Aus Ihren Wünschen haben wir jetzt ein neues Service- und Menü-Konzept entwickelt. Mit einem Mehr an Frische und Vielfalt: vom knackigen Salat über regionale Rezepte bis zum Pfeffer aus der Mühle – sowie vielen Neuerungen auch auf Europaflügen. Alles, damit Sie am Ende sagen: Der Flug war 1A.

Weitere Informationen unter [lufthansaexperts.com](http://lufthansaexperts.com)



## Lufthansa



\* Pro Passagier verbrauchten die Flugzeuge der Mitglieder des Bundesverbandes der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e. V. im Jahr 2011 für alle In- und Auslandsflüge insgesamt durchschnittlich weniger als 4 Liter Treibstoff auf 100 Kilometer.

## Liebe LCC Partner,

unser internationales Netzwerk wächst stetig. Erst kürzlich konnten wir fünf neue Büros der Aviatour Gruppe in Kolumbien für LCC gewinnen, was unsere Position auf dem südamerikanischen Markt erheblich stärkt. Eines dieser Büros wird sich unserem neuen Service-Level „LCC Global Travel“ anschließen. Insgesamt zählt der Verbund bereits 28 Partner mit dem Ziel, Firmenkunden auf allen Erdteilen im internationalen Travel Management optimal zu betreuen (Seite 18).

Wir freuen uns sehr, die neuen Partnerbüros bald offiziell als Mitglieder der großen LCC Familie willkommen heißen zu dürfen. Und wir laden sie bereits jetzt ein, gemeinsam mit LCC Unternehmern aus aller Welt an den internationalen Meetings teilzunehmen, um ganz im Sinne unseres globalen Netzwerkgedankens wertvolle Erfahrungen auszutauschen. Gelegenheiten dazu gibt es viele: Im November beispielsweise findet die Jahresvollversammlung 2013 der Lufthansa City Center statt. Rund 500 Teilnehmer werden in Dubrovnik erwartet und dürfen sich wieder auf ein hochkarätiges Programm freuen. Die Highlights stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe der sign in vor (Seite 14).

Auch wenn sich unser internationales Netzwerk konstant vergrößert, vergessen wir dennoch unsere Wurzeln nicht und bieten viele Kommunikationsplattformen speziell für unsere deutschen Partner an: Die ERFA-Runde für Büroleiter, zu der wir im Juli an sechs Standorten in Deutschland geladen hatten, erfreute sich wieder großer Beliebtheit (Titelthema ab Seite 6). Und im Dezember werfen wir beim LCC Forum 2013 in Köln einen Blick auf die Veränderungen und Chancen in der Reisebürowelt (Seite 5). Wie auch bei der Vollversammlung steht hier die Frage im Vordergrund: Wie können wir unsere Beratungskompetenz durch moderne Technologien stärken und erweitern? Um zukunftsfähig zu bleiben, investieren wir weiterhin gezielt in innovative Tools wie die LCC ReiseLounge oder die Semantische Suche.

Mehr über die aktuellen Entwicklungen bei LCC erfahren Sie wie immer in Ihrer sign in. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.

Herzlichst



Hasso von Düring



## Dear LCC colleagues,

Our international network is constantly growing. Just recently we have gained five new LCC offices of the Aviatour Group in Colombia, which significantly strengthens our position in the South American market. We are pleased to welcome the new members soon officially to our LCC family and invite them already, together with LCC entrepreneurs worldwide, in terms of our global network concept to participate in the international meetings and communication platforms to exchange valuable experience.

There are many opportunities to do so: In July, around 100 LCC participants from around the world got together at the LCC Business Plus General Assembly in Frankfurt (page 15) and in November the annual General Assembly of Lufthansa City Center takes place in Dubrovnik. Around 500 participants are expected to come and enjoy again a high-quality programme. We provide you with all the highlights in this sign in edition (page 16).

One of the new offices in Colombia will join our new service level LCC Global Travel. Altogether, 28 LCC have already joined forces to serve corporate customers all over the world with international travel management. Read more about LCC Global Travel and the benefits of this concept on page 17.

LCC Global Travel is not the only innovation at Lufthansa City Center. In the past months there have been some structural changes in the LCC headquarters. As of now a newly formed department procurement combines all leisure and business travel purchasing activities internationally. The team around Julia Wedemeyer is responsible for the negotiation of contracts with airlines, tour operators, cruise lines, rental car companies, hotel chains and rail companies (page 17).

As you can see, a lot has happened in the international LCC world over the past weeks. Find more about news and interesting stories on the pages to come. Enjoy your reading!

Cordially yours



Klaus Henschel



## Inhalt

- |   |  |  |
|---|--|--|
| 4 Welcome New Partners<br>LCC Awards 2013<br>Counter News<br>Direct Connect             | 12 Team Einkauf/Vertriebssteuerung stellt sich vor                     | 29 Facebook-Aktion<br>Reiseberichte auf der eigenen Website<br>Impressumpflicht                              |
| 5 Corporate Volunteering<br>LCC Forum 2013  | 13 LCC Fokus: Zusatzverkäufe   | 30 Neue Kollegen<br>Schiff des Jahres 2014   |
| 6 <b>Titelthema: Büroleiter ERFA-Meetings</b>   | 14 Programmhilights Vollversammlung                                    | <b>English Section</b>   |
| 8 Mystery Shopping<br>Aktuelle Trainings  | 18 LCC Global Travel   | 15 <i>Business Plus General Assembly</i><br><i>New Adkit Templates</i><br><i>Pure Luxury Coaching Series</i> |
| 9 LCC Solidaritätsaktion  | 19 CIBT Visum Centrale   | 16 <i>Programme highlights of the General Assembly</i><br><i>LCC X-factor</i>                                |
| 10 FAM Trip Stockholm   | 20 AMADEUS Schulung<br>Fidi Experten Workshop<br>OBE-Vertriebsworkshop | 17 <i>LCC Global Travel</i><br><i>Introduction of the Team Procurement</i>                                   |
| 11 Azubi-Workshop Frankfurt<br>Besuch bei Rewe Baustein<br>Büroleiterstammtisch Hamburg | 22 Kreuzfahrtspezialisten unterwegs<br>Inforeise Namibia               | <i>Beileger: LCC Holiday Breeze</i>  |
|   | 23 Pure Luxury Seminarreise  |  |
|   | 24 Interview: Sunny Cars   |  |
|   | 26 LCC Kooperation mit Duplo<br>Aktuelle Marketingaktionen             |  |
|   | 28 HanseMercur Sommerevent   |  |

LCC Awards 2013

## Bewerbungen können ab sofort eingereicht werden



Jedes Jahr verleiht die LCC Zentrale auf der Jahresvollversammlung die „LCC Awards“, um Franchisepartner auszuzeichnen, die sich in verschiedenen Bereichen um ein besonderes Engagement verdient gemacht haben. Die Partnerbüros können sich seit kurzem wieder für die Kategorien „LCC Economy Award“, „LCC Social Award“ und „LCC Green Award“ bewerben. Der „LCC Economy Award“ wird vergeben für kreative Kampagnen zur Mittelstandsförderung, zur Unterstützung und Sicherung lokaler Märkte sowie den Schutz von Arbeitsplätzen. Beim „LCC Green Award“ zählt ein verantwortungsvoller Umgang mit ökologischen Ressourcen mit dem Ziel, Reisen effektiver und ökologisch sinnvoller durchzuführen. Beim

„LCC Social Award“ dreht sich alles um soziales Engagement, so etwa Sport- und Gesundheitsprogramme für die Mitarbeiter oder die Förderung von Krippenplätzen. Die Gewinner werden am 9. November 2013 bekanntgegeben und erhalten jeweils einen Förderpreis in Höhe von 1.000 Euro für lokale Marketingaktivitäten.

→ Das Bewerbungsformular steht im Extranet unter der Rubrik „Unsere Leistungen/Marketing/Aktuelle Marketingaktionen“ bereit. Über das ausgefüllte Formular sowie begleitendes Bild-, Film- und Tonmaterial freut sich Sibylle Stein unter E-Mail an [Sibylle.Stein@lcc.de](mailto:Sibylle.Stein@lcc.de). Einsendeschluss ist der 15. September 2013.

LIMA Symphony

## Direktanbindung an Germanwings ist online

Flug	Von	Nach	Abflug	Ankunft	Fläche	Farebase	Stages	CO2	Dauer	Klassen	Preis
8J/AU 2004	STR	TXL	11.11.2013 15:10	18:25	E1	E1000	0	122 kg	01:15	Y	33,00 €
8J/AU 9006	STR	TXL	11.11.2013 19:55	18:10	E1	E1000	0	122 kg	01:15	Y	33,00 €
8J/AU 2006	STR	TXL	11.11.2013 18:45	20:00	E1	E1000	0	122 kg	01:15	Y	33,00 €
8J/AU 9007	STR	TXL	11.11.2013 20:30	21:45	T1	T1000	0	122 kg	01:15	Y	59,90 €

Passagier	Farebase	Tarifart	Netto	Steuern	Service Fee	Summe	#	Gesamt
Einwohner	E1000	BASIC				33,00 €	1	33,00 €
Gesamt (inkl. Aufschlag für Zahlungsart)								33,00 €
Aufschläge für Zahlungsarten								
VISA								8,90 €
Eurocard								8,90 €
American Express								8,90 €
AlbPlus								8,90 €

Seit Ende Juni 2013 haben LCC Partner über die Schnittstelle „Direct Connect“ in LIMA Symphony Zugriff auf die neue Tarifstruktur von Germanwings und können die Tarife „Basic“, „Smart“ und „Best“ buchen. War in der Phase I des Projekts eine Profilsynchronisation, eine Miles & More Nummer und eine automatisierte Ghost PNR noch nicht möglich, sieht dies jetzt anders aus. Dank der vielen Buchungen und der dazugehörigen Feedbacks aus den LCC Büros konnte „Direct Connect“ von seinen „Kinderkrankheiten“ befreit werden. Die LCC Partner verfügen nun über eine stabile Abfrage- und Buchungsmöglichkeit der Germanwings-Flüge.

Der Rollout der Phase II von „Direct Connect“ steht kurz bevor: Sobald diese abgeschlossen ist, steht den LCC Partnern LIMA Symphony bei Germanwings-Flügen in einem neuen Layout und inklusive der Ancillary Services zur Verfügung. Dann wird es den LCC Büros ebenfalls möglich sein, die Tarife untereinander zu kombinieren.

→ Das Front & Midoffice Technologie Team hofft auch bei Phase II von „Direct Connect“ auf die tatkräftige Unterstützung der LCC Mitarbeiter. Feedback zu Germanwings-Flugbuchungen wird gern entgegengenommen unter Tel.: 069 66075 111 oder via E-Mail an [support@lcc.de](mailto:support@lcc.de).

Neue Ausgabe

## Counter News zum Kreuzfahrtenmarkt

Schiffsreisen gewinnen immer mehr an Popularität: Der gesamte Kreuzfahrtenmarkt in Deutschland ist auch 2012 wieder deutlich gewachsen und die erste Jahreshälfte 2013 belegt den weiteren Aufwärtstrend. Im vergangenen Jahr unternahmen erstmals fast zwei Millionen Bundesbürger eine Reise auf einem Hochsee- oder Flusskreuzfahrtschiff, wie der Deutsche Reiseverband (DRV) auf der diesjährigen internationalen Tourismusmesse ITB im März in Berlin mitteilte. Grund genug, die zweite Ausgabe des neuen Mitarbeitermediums „Counter News“ dem Thema Kreuzfahrten zu widmen.



Die neue Ausgabe informiert ab Ende August über aktuelle Themen der LCC Reedereipartner aus dem Hochsee- und Flussmarkt sowie über Trends, Ziele und zentralseitige Maßnahmen im Bereich Kreuzfahrten. Mit der neuen „Counter News“ sind LCC Mitarbeiter immer einen Wissensschritt voraus, um ihre Kunden in Sachen Urlaub auf dem Wasser bestens zu beraten, denn: Für jeden Kunden gibt es die richtige Kreuzfahrt.

## Welcome New Partners

### South Korea

Unipack Lufthansa City Center, Seoul  
E-Mail: [Seoul2@lcc-mail.com](mailto:Seoul2@lcc-mail.com)

Engagement in Sachen Nachhaltigkeit

## AP Reiseservice sammelt für Berliner Tafel

Mit gutem Beispiel voran: Andrea Zastrow, Geschäftsführerin bei Business Plus Lufthansa City Center AP Reiseservice, macht sich ehrenamtlich als Vorstandsmitglied der Berliner Tafel stark und trägt dieses Engagement auch in ihr LCC. Über das sogenannte Corporate Volunteering können ihre Mitarbeiter und Auszubildende einen sozialen Beitrag für die Gesellschaft leisten. So haben Mitarbeiter vom LCC AP Reiseservice in diesem Jahr beispielsweise auf einer Food-Messe in Berlin dabei geholfen, übriggebliebene Lebensmittel einzusammeln und zur Verteilstation der Berliner Tafel zu bringen. Die Tafel gibt diese Lebensmittel dann an Bedürftige



weiter, entweder direkt an Menschen mit wenig Geld oder an soziale Einrichtungen. Besonders Kinder aus armen Verhältnissen profitieren von diesem Engagement, da ihnen die Tafel eine gesunde Ernährung ermöglicht. Allein in Deutschland werden jedes Jahr rund elf Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt, die noch genießbar gewesen wären. Ziel der Tafel ist es, einen möglichst großen Teil dieser Nahrungsmittel zu retten.

360-Grad-Blick auf die Reisebürowelt

## LCC Forum 2013 in Köln

Unter dem Motto „Beyond 360“ lädt die LCC Zentrale alle Partner ganz herzlich vom 2. bis 3. Dezember zum LCC Forum 2013 nach Köln ein – zwei Tage, an denen Büroleiter, Teamleiter und Top-Verkäufer aus den LCC Reisebüros gemeinsam mit der Zentrale einen 360-Grad-Blick auf die Veränderungen und Chancen der digitalen Infrastruktur innerhalb der Reisebürowelt werfen. Die Teilnehmer erörtern den aktuellen Beratungsprozess im Reisebüro sowie im Internet und erfahren, wie sie mit modernen Technologien ihre Beratungskompetenz erweitern können. Technologie, Kunde und Persönlichkeit bilden die Kernthemen. Die LCC Zentrale freut sich auf zahlreiche Teilnehmer und ein Wiedersehen im Dezember in Köln.



→ Die Anmeldung zum LCC Forum ist im Extranet unter der Rubrik „Unsere Leistungen/Termin/Veranstaltungen/LCC Forum“ möglich. Fragen beantwortet das Team vom LCC Forum unter Tel.: 069 66075-222/ -234 oder via E-Mail an [forum@lcc.de](mailto:forum@lcc.de).

Anzeige



## Auch rund um Germanwings aktuell informiert – mit eXperts

Man muss nicht alles wissen – nur wo es geschrieben steht: Damit Sie alle wichtigen Informationen rund um Lufthansa, Austrian Airlines und Germanwings griffbereit haben und in Ihren Beratungsgesprächen einsetzen können, hält eXperts Sie stets auf dem neuesten Stand.

Nun finden Sie auch alles Wichtige zu Germanwings – wie Buchungen via GDS, Informationen zum Streckennetz, das neue Produktkonzept und vieles mehr – als festen Bestandteil auf [lufthansaexperts.com](http://lufthansaexperts.com). So bleiben Sie jederzeit auf dem Laufenden und können Ihre Kunden mit Informationen aus erster Hand zukünftig noch gezielter beraten.

Die neue Germanwings bietet seit Anfang Juli ein **modernes, flexibles Tarifangebot**, das unterschiedliche Ansprüche an Preis und Serviceleistungen erfüllt. Denn mit Germanwings fliegen Ihre Kunden „à la carte“: Sie wählen den Serviceumfang aus



und können auch einzelne Leistungen dazubuchen. Lufthansa übergibt 2013 ihre Deutschland- und Europastrecken außerhalb der Drehkreuze Frankfurt und München an Germanwings, eine Airline der Lufthansa Gruppe.

## PEP Flüge jetzt auch online buchen

Von über 400 Urlaubszielen in aller Welt sind Sie nur noch wenige Klicks entfernt. Denn mit der neuen eXperts Online-Buchungsmaske können Sie Nurflug PEPs nun auch ganz bequem online buchen.

So einfach geht's: [lufthansaexperts.com/peps](http://lufthansaexperts.com/peps) aufrufen, Wunschziel, Abflugort und Datum in die Buchungsmaske eingeben – und schon werden Ihnen alle verfügbaren PEP Flüge übersichtlich angezeigt. Auch der PEP Tarif inklusive Steuern und Gebühren wird für Sie automatisch berechnet. Nun brauchen Sie sich nur noch für einen Flug zu entscheiden und zu buchen. Fertig!



Büroleiter ERFA-Meetings erfreuten sich wieder großer Beliebtheit

## Austausch auf Augenhöhe zu operativen Themen mit der Zentrale

Im dritten Jahr in Folge haben die LCC Regionalleiter im Juli 2013 zur ERFA-Runde für Büroleiter und Führungskräfte an sechs Standorten in Deutschland geladen. Die Kommunikationsplattform erfreute sich wieder großer Beliebtheit: 100 Teilnehmer durfte die LCC Zentrale in Stuttgart, Leipzig, Frankfurt, Duisburg, München und Hamburg zu dem ganztägigen Meeting begrüßen.

Auf der Agenda fanden sich neben unterstützenden Maßnahmen der Zentrale im Hinblick auf die Rolle und Funktion der LCC Führungskräfte vor allem Themen aus den einzelnen Fachabteilungen der Zentrale wieder, die von den Teilnehmern angeregt diskutiert wurden. Während sich der Vormittag schwerpunktmäßig um die Themen Touristik und Verkaufsförderung drehte, war der Nachmittag dem Geschäftsreisebereich gewidmet – eine inhaltliche Trennung, die von den Teilnehmern sehr begrüßt wurde.



### Touristik: Steigerung der Beratungskompetenz

Der touristische Fokus lag in erster Linie auf dem Beratungsprozess: Neben der Bedarfsermittlung, der Angebotssuche in Bistro sowie der Betreuung des Kunden während und nach seiner Reise wurde vor allem die Umsetzbarkeit der neuen Techniktools am Point of Sale analysiert. So etwa die Angebotserstellung mit der LCC ReiseLounge (alias: paxconnect), die seit einigen Wochen in den LCC Büros eingesetzt wird. Expedienten können dank dieser IT-Lösung ihre Kunden auch dann gezielt beraten, wenn sich diese nicht im Reisebüro befinden – und das, anders als bei einem Online-Reiseportal, persönlich und direkt. Dazu stellt der Berater individuelle Angebote für den Kunden auf einer personalisierten Webseite zusammen. Der Kunde kann sich diese dann übersichtlich im Internet ansehen und miteinander vergleichen. Ein großer Vorteil für die Expedienten: Sie können ihre Kunden dort bedienen, wo sie sich gerade befinden, und so die Buchungszahlen erhöhen. Doch nicht nur im Internet, auch im Reisebüro erleichtert die LCC ReiseLounge das Beratungsgespräch, denn die Expedienten können ihren Kunden die für sie herausgesuchten Angebote übersichtlich auf dem Bildschirm zeigen und besprechen.

### LCC ReiseLounge kommt gut an

Die LCC ReiseLounge kommt bei den Kunden gut an, wie auch das reisebuero-wuest.de bestätigt: Das Team nutzt das Beratungstool seit Oktober letzten Jahres. Es habe von Anfang an hohe Akzeptanz erfahren, sowohl bei den Mitarbeitern als auch bei den Kunden. Und auch dieses Büro unterstreicht, dass die LCC ReiseLounge eine hilfreiche Unterstützung am Counter ist: Das Team stellt im Beratungsgespräch direkt am Bildschirm verschiedene Angebote für den Kunden auf seine persönliche Angebotsseite, die er dann in Ruhe zu Hause noch einmal mit der Familie besprechen kann. Papier bekommt der Kunde nicht mehr mit nach Hause, sondern eine E-Mail mit allen Informationen und Zugangsdaten. Darüber seien die Kunden des reisebuero-wuest.de sehr froh. Die Büroleiter erhielten Tipps, wie sie ihre Kunden auf die LCC ReiseLounge aufmerksam machen können, beispielsweise durch Flyer, auf Facebook, aber auch im Beratungsgespräch selbst.

Die touristischen Steuerungsimpulse, Aktuelles zu den Themen Kreuzfahrten, Pure Luxury und Golf sowie eine kreative Gruppenarbeit zum Kampagnenmarketing 2014 rundeten den innovativen

Vormittag der ERFA-Meetings ab. Das Team Front & Midoffice Technologie der LCC Zentrale lieferte darüber hinaus Einblicke in „Direct Connect“ via LIMA Symphony. Als Sponsoren und Gastredner konnten Schauinsland Reisen und AirPlus den Anwesenden wertvolle Tipps für ihr Tagesgeschäft geben.

### Geschäftsreisen: KMU im Fokus

Im Anschluss beschäftigten sich die Teilnehmer mit den Steuerungsthemen des Geschäftsreisebereiches sowie mit den Marktanforderungen der LCC Geschäftsreisen-Produkte: Hier stellte das Team Einkauf/Vertriebssteuerung Neuigkeiten aus den Bereichen Hotels, Mietwagen und Flug vor. Zur Vertriebsunterstützung präsentierte das Team Business Plus unter anderem Textbausteine und Vorlagen. Um den Ausbau der Marktführerschaft von LCC im Bereich Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) voranzutreiben



und die Vertriebsdokumentation auszubauen, wurden zudem spezielle Musterangebote und Factsheets entwickelt, die den LCC Partnern zur Verfügung stehen. Die LCC FactSheets erklären Firmenkunden anschaulich, wo die Vorteile der Lufthansa City Center als Travel Manager, aber auch der einzelnen Produkte wie LCC Online Booking liegen.

Über die Vorteile speziell von LCC Online Booking informierte anschließend das Team Operations/IT ausführlich und ging auf die Besonderheiten der drei verschiedenen Anbieter AMADEUS e-Travel Management, cytric und Victor ein. Zusätzliche Schwerpunkte waren Neuerungen in AMADEUS Ancillary Services sowie die Einführung des EMD (electronic miscellaneous document), die den Buchungsprozess erheblich verändern (mehr dazu auf Seite 20). Weitere wichtige Themen waren das internationale LCC Netzwerk sowie praktische Tipps zur Optimierung der LCC Online-Präsenz.

Die Büroleiter zeigten sich auf der Meeting-Runde sehr motiviert und erhielten zum Abschluss einen USB-Stick, auf dem inhaltlich der touristische Beratungsprozess noch einmal aufbereitet wurde. Dieser soll in den Folgemeetings in den einzelnen LCC Büros an die Mitarbeiter kommuniziert werden, damit die wichtigsten Themen für die Büroleiter auch an den Point of Sale gelangen.

Die nächste Plattform für LCC Führungskräfte steht bereits fest: Am 2. und 3. Dezember 2013 können sich die Partner auf dem LCC Forum in Köln über Themen aus der Zentrale informieren und mit Leistungsträgern sowie Kollegen austauschen.



Winter 2013/14

Alles richtig gemacht ...

... für Ihre Kunden:

- **Zypern:** mehr Highlights für jede Zielgruppe
- **Thailand:** mehr Zusatzleistungen für Gourmets und Verliebte (z.B. thailändische Kochkurse und romantische Dinner)
- **Dubai:** vorab Ausflugs Pakete buchen und bis zu 20% sparen

alle Ziele bequem mit Lufthansa-Flügen zu erreichen

In Zusammenarbeit mit



**Lufthansa**

... für Sie:

- einfache und zuverlässige Buchbarkeit
- hervorragende Provisionen – mind. 10% auf alles
- weiterhin faire Rahmenbedingungen – der Kunde gehört Ihnen

**SCHAUINSLAND**  
REISEN

**Alles richtig gemacht!**

Urlaub mit Schauinsland-Reisen



## Ergebnisse für das Frühjahr 2013



Im April/Mai wurde die erste Welle der Testkäufe 2013 in allen stationären LCC Reisebüros durchgeführt. Die Partner konnten sich gegenüber dem letzten Testkauf um drei Prozentpunkte verbessern, der Durchschnitt aller LCC lag bei 70,2 Prozent. Das Prädikat „Exzellent“ mit über 90 Prozentpunkten erhielten neun Prozent aller befragten Büros. Jeweils 24 Prozent schnitten

mit „Gut“ (über 80 Prozentpunkte) und „Überdurchschnittlich“ (über 68 Prozentpunkte) ab. Im Bereich „Unterdurchschnittlich“ lagen mit weniger als 67 Prozentpunkten 40 Prozent der LCC Partner.

### Mitarbeiter punkten bei Erstkontakt und Wunschermittlung

In den Kategorien Erstkontakt, Wunschermittlung und Präsentation haben die LCC Büros ein gutes Bild abgeliefert: 54 Prozent aller LCC Mitarbeiter empfahlen ein Angebot und fast 80 Prozent fassten dies am Ende des Gespräches noch einmal mündlich zusammen und erläuterten es. Mehr als 84 Prozent der Mitarbeiter versuchten, durch offene Fragen die Reisewünsche ihres Kunden zu ermitteln. Tipps für die Reisen gaben 67 Prozent. Neben den positiven Ergebnissen gibt es aber auch Verbesserungspotenzial: So sagten nur 1,6 Prozent der LCC Mitarbeiter ihrem Kunden vor der Beratung, wie lange er noch warten muss. Beim Gespräch selbst stellten sich knapp 82 Prozent der Mitarbeiter nicht mit ihrem Namen vor. Die Wunschermittlung ist zwar insgesamt gut, doch in einzelnen Bereichen noch ausbaufähig: 61 Prozent der

LCC Kollegen interessierten sich für die Wünsche ihrer Kunden. Bei der Bedarfsermittlung hatten fast 40 Prozent der Mitarbeiter einen höheren Redeanteil als der Kunde. Auch das Ergebnis der Abschlussorientierung von 49 Prozent zeigt Nachholbedarf, denn jeder zweite Testkunde ging ohne eine Buchung oder die entsprechende Option aus dem LCC Büro. Wichtige Fragen wurden gar nicht oder nicht ausreichend gestellt, darunter die Abschlussfrage, mehrere Buchungsfragen, der Grund für die Buchungsablehnung, Argumente für eine Buchung sowie das Angebot einer Option.

### Teamarbeit: Stärken und Schwächen finden

Die LCC Zentrale empfiehlt, das Thema Testkauf in den nächsten Teammeetings der LCC Büros zu diskutieren und Schwachstellen selbstkritisch zu analysieren. Zur Verbesserung der Abschlussorientierung ist der LIVE-Ticker (LCC Extranet unter der Rubrik „TQM/Vorlagen“) hilfreich. Kundengespräche, Angebote und Abschlussfragen pro Woche sollten notiert werden, um anschließend die Ergebnisse zu vergleichen: Wo liegen die Stärken und Schwächen der einzelnen Teammitglieder? Wo können sie sich gegenseitig unterstützen? Bei Fragen stehen die Regionalleiter gern als Ansprechpartner bereit.

Die drei Büros, die in diesem Jahr am besten bei den Mystery Shoppings abgeschnitten haben, lauten: Reisebüro Intertours Lufthansa City Center in Luckenwalde (Platz 1), Reiseprofis Gips & Büche Lufthansa City Center in Quickborn (Platz 2) sowie Reisebüro Schlagheck Lufthansa City Center in Dülmen (Platz 3). Die LCC Zentrale gratuliert zu diesem außergewöhnlich guten Ergebnis.

### Aktuelle Termine

## Trainings für September und Oktober

Ob erfolgreiches Beschwerdemanagement, die Rekrutierung umsatzstarker Verkäufer oder das gekonnte und schnelle Reagieren auf ungewohnte Situationen – die Trainings im September und Oktober 2013 halten für die LCC Mitarbeiter wieder hilfreiche Tipps für den Büroalltag bereit:

### Erfolgreiches Beschwerdemanagement

Wie LCC Mitarbeiter Beschwerden als Chance nutzen und scheinbar verlorene Kunden zurückgewinnen, erfahren sie im Training „Erfolgreiches Beschwerdemanagement“. Das Seminar verknüpft Online- und Präsenztraining miteinander. Das Präsenztraining findet am 8. Oktober 2013 in der LCC Zentrale in Frankfurt statt. Ab zehn Teilnehmern ist das Seminar mit bis zu 50 Prozent werbekostenzuschussfähig. Preis: 189 Euro

### Umsatzstarke Verkäufer gewinnen

Die „richtigen“ Mitarbeiter für eine offene Stelle zu finden, ist oft gar nicht so einfach. In dem Seminar „Erfolgreich rekrutieren“ lernen Geschäftsführer, Büroleiter und Personalverantwortliche am 7. Oktober 2013 in Frankfurt, wie sie von der Erstellung des Anforderungsprofils bis hin zum Auswahlgespräch kompetente Fachkräfte für ihr Unternehmen gewinnen. Preis: 189 Euro

### Zwischen Geschäftsführung und Mitarbeitern

Büro- und Teamleiter haben die schwierige Aufgabe, die Zielvorstellungen der Geschäftsführung durchzusetzen. Wie sie gemeinsam mit der Geschäftsleitung Rahmenbedingungen schaffen, um selbständig im Sinne des Führungswillens zu handeln, und wie sie auf die unterschiedlichen Mitarbeitertypen optimal eingehen, erklärt das Seminar „Erfolgreich führen für Büro- und Teamleiter“ am 1. und 2. Oktober 2013 in Frankfurt. Preis: 369 Euro

### Regionales Training in München

Ungewohnte Situationen können einen ganz schön aus der Bahn werfen – eine unangenehme Erfahrung beispielsweise bei Mitarbeiter- oder Kundengesprächen. Doch gekonntes, schnelles Reagieren kann erlernt werden: Im Seminar „Schlagfertigkeit“ am 11. September 2013 in der FTI Firmenzentrale stärken LCC Mitarbeiter aus dem Raum München ihr Selbstvertrauen und lernen Techniken zur Auflösung von Blockaden kennen. Auch dieses Seminar ist ab zehn Teilnehmern mit bis zu 50 Prozent werbekostenzuschussfähig. Preis: 189 Euro

→ Registrierungen sind im Extranet unter der Rubrik „Tools/Online/Seminar Anmeldung“ möglich.

## LCC Solidaritätsaktion

# Hilfe für Hochwasseropfer

Es sind Bilder, die sich in das kollektive Gedächtnis der Deutschen eingegraben haben: Ganze Landstriche standen unter Wasser, nur Baumkronen und Häuserdächer ragten heraus. Die Flut im Juni 2013 übertraf in ihrem Ausmaß die Jahrhundertflut von 2002 und riss alte Wunden wieder auf. Das Wasser ist mittlerweile gewichen, doch die Zerstörung bleibt. Viele Menschen in den Hochwasserregionen verloren Haus und Hof, verloren ihre Existenzgrundlage. Hunderttausende sind von den Folgen der Flut betroffen, darunter auch LCC Partner. Besonders hart traf es Passau, aber auch LCC Büros in Halle, Magdeburg und Regensburg. Nicht immer wurden die Bürogebäude in Mitleidenschaft gezogen, oft sind es Buchungsrückgänge oder Stornierungen, die einigen Partnern zu schaffen machen.

Trost bot die Welle der Hilfsbereitschaft unter den Menschen: Jung und Alt taten sich in den Städten zusammen, um gemeinsam die Schäden zu beseitigen und sich gegenseitig Mut zu machen. Auch die Regierung hat finanzielle Unterstützung angeboten, allerdings erhalten nicht alle Orte gleich viel und Unternehmen sind teilweise von der Förderung ausgenommen. Als Ausdruck der Anteilnahme hat die LCC Zentrale in den Tagen unmittelbar nach der Katastrophe zu einer Solidaritätsaktion unter den Partnern aufgerufen. Insgesamt konnte so eine Spendensumme von 10.000 Euro zusammengetragen werden, aber auch viele Sachspenden wurden angeboten. Die Geldspenden werden aufgeteilt an die Büros in Sachsen-Anhalt und in Bayern, die von der Flut am schwersten betroffen waren. Die LCC Zentrale bedankt sich bei allen Spendern für diese überwältigende Unterstützung, die



zeigt: Auch in schweren Zeiten können sich die Partner voll und ganz auf ihr Netzwerk verlassen.

→ [Vom Hochwasser betroffene Büros können sich im Extranet unter der Rubrik „Unsere Leistungen/Franchising/Spendenaktion“ die angebotenen Sachspenden ansehen und bei Interesse Kontakt aufnehmen.](#)

## Spender der Solidaritätsaktion

**Folgende LCC Büros und Mitarbeiter haben ihre Kollegen, die vom Hochwasser betroffen waren, mit Geld- und Sachspenden bisher unterstützt:**

- Amway Service Geschäftsbereich AmwayTravel Lufthansa City Center, Puchheim
- Uwe und Jana Arnhold
- Atlantic Reisebüro Lufthansa City Center, Bremen & Bremerhaven
- Dresdner Reisezentrum Lufthansa City Center, Dresden
- Giller Reisen Lufthansa City Center, Deisenhofen
- Gröschel-Reisen Lufthansa City Center, Lauf
- Hamburg Süd Reiseagentur Lufthansa City Center, Hamburg
- Intercom Hamburg Touristik Plus Lufthansa City Center, Hamburg
- Intercom Düsseldorf Lufthansa City Center, Düsseldorf
- IVR Reisebüro Lufthansa City Center, Ibbenbüren
- Junker Reisen Lufthansa City Center, Kaiserslautern
- Michaelie Lieser
- Merkana Reisen Lufthansa City Center, Remscheid
- Nova Reisen Lufthansa City Center, Unterhaching
- Reisebüro Ahlers Lufthansa City Center, Nordenham
- Reisebüro Alexander Lufthansa City Center, Göttingen
- Reisebüro Beisert Lufthansa City Center, Garbsen
- Reisebüro Berndt Lufthansa City Center, Lingen
- Reisebüro Conrad Lufthansa City Center, Weimar
- Reisebüro Die Urlaubsinsel Lufthansa City Center, Postbauer-Heng
- Reisebüro Gress Lufthansa City Center, Würzburg
- Reisebüro Hanstedt Lufthansa City Center, Hanstedt
- Reisebüro Hogger Lufthansa City Center, Freilassing
- Reisebüro Ibero International Lufthansa City Center, Frankfurt
- Reisebüro K&N Lufthansa City Center, Nürnberg
- Reisebüro Koch Übersee Lufthansa City Center, Hamburg
- Reisebüro Kopp Lufthansa City Center, Eschborn
- Reisebüro Nord Lufthansa City Center, Dresden
- Reiseservice Pur Lufthansa City Center, Bad Mergentheim
- Reisebüro Reeg Lufthansa City Center, Tübingen
- Reisebüro Rheine Lufthansa City Center, Rheine
- Reisebüro Schäfer Lufthansa City Center, Erfurt & Obersdorf
- Reisebüro Venus Lufthansa City Center, Regensburg
- Reisebüro von Daacke Lufthansa City Center, Hamburg
- Sarea Reiseservice Lufthansa City Center, Dresden
- Claudia Sewald
- Schmidt + Partner Reisebüro Lufthansa City Center, Bochum
- Sonnenschein Reisebüro Lufthansa City Center, Saarbrücken
- Starnberger Reise AG Lufthansa City Center, Starnberg
- TiP Reisen Lufthansa City Center, Hamburg
- Top Service International Lufthansa City Center, Köln
- Travel & Living Lufthansa City Center, Landshut

LCC FAM Trip Stockholm

## Lange Sommertage und ein sympathisches Hotelkonzept

Gemeinsam mit den Sponsoren Lufthansa Berlin und Scandic Hotels machten sich im Juni 2013 acht Berliner LCC Kollegen für drei Tage auf zum LCC FAM Trip nach Stockholm, um die schwedische Hauptstadt zu entdecken. Nur eine Woche nach Midsommar, der Sommersonnenwende, empfing die Stadt die Teilnehmer der Seminarreise mit langen, warmen Sommertagen und kurzen Nächten. Mit dem Arlanda Express ging es vom Flughafen mit der schnellsten Verbindung nach Stockholm und innerhalb der Stadt weiter mit der T-Bahn, der dortigen U-Bahn. Mit Unterstützung von Visit Stockholm, verantwortlich für das Stadtmarketing, erkundete die Gruppe die Stadt auf sportlichem Wege: zu Fuß, mit dem Fahrrad, aber auch per Schiff.

Angelica Suraga, Director of Business Travel Agencies & MICE der Scandic Zentrale, und Claudia Gensert, Senior Sales Manager vom Scandic Berlin Potsdamer Platz, präsentierten den LCC Mitarbeitern während ihres Auf-



enthaltene fünf der insgesamt 160 Scandic Hotels: das Scandic Grand Central, Scandic Anglais, Scandic Malmen, Scandic Par und das Scandic Ariadne. Die Hotels überraschten mit einem sympathischen und trendigen Konzept, das viel Wert auf Design legt und vom Restaurant bis zum Room-Service auf Nachhaltigkeit setzt. So bietet Scandic in seinen Restaurants Bio-Produkte an, bedrohte Arten wie Riesengarnelen sind nicht auf der Speisekarte zu finden und der gesamte Strom wird aus Wind- und

Wasserkraft gewonnen. Das Interieur folgt in jedem Hotel jeweils einem eigenen, individuellen Thema wie Musik, Theater oder Wasser. Die LCC Kollegen haben ein tolles, informatives Wochenende in Stockholm verbracht und eines ist sicher: Sie werden die schwedische Hauptstadt auf jeden Fall wieder besuchen. Und weil Scandic so begeistert hat, wurde im Juli 2013 ein Abendessen im Berliner Scandic mit den LCC Kollegen und Lufthansa veranstaltet.

### GEWINNEN SIE EIN WOCHENENDE FÜR ZWEI PERSONEN IM NH DÜSSELDORF CITY!



Mitten in Düsseldorf, in der Kölner Straße, liegt das NH Düsseldorf City und bietet sowohl Geschäfts- als auch Privatreisenden genau das Richtige für den Aufenthalt:

**338 Zimmer · Fitness, Sauna und Dampfbad · 18 Apartments inklusive Kochzeile für Langzeitaufenthalte ab 30 Nächten**

#### TOP NEWS

Renovierung des Restaurants und Erneuerung der Fußböden im August

Höchster Kraneinsatz in der Geschichte von NH – Installation einer neuen Kältemaschine auf dem Dach im Oktober

**Gewinnspielfrage:** In welcher Straße können Sie im Oktober den höchsten Kraneinsatz in der Geschichte von NH bestaunen?

a) Kölner Straße    b) Adersstraße    c) Münsterstraße

Fax: 069 666075 250 · E-Mail: [signin@lcc.de](mailto:signin@lcc.de)    Einsendeschluss: 30.09.13

Wake Up  
To a Better  
World **NH**  
HOTELS

[www.nh-hotels.de](http://www.nh-hotels.de)

„Von der Praxis für die Praxis“

## LCC Azubi-Workshop in Frankfurt

Gemäß dem Motto „Von der Praxis für die Praxis“ fand am 19. Juni 2013 am Frankfurter Flughafen ein Workshop für die LCC Auszubildenden aus der Region statt. Vuokko Vatanen und Martin Ziesel von China Airlines ermöglichten den Nachwuchskräften die Besichtigung einer Boeing 747 und stellten somit praxisnah ihr Produkt vor. Nachdem die Teilnehmer alle Flugzeugklassen ausprobiert hatten, standen ein kurzer Smalltalk sowie ein Erinnerungsfoto mit dem Piloten auf dem Programm. Via Sky Train ging es weiter in die LCC Lounge (Luxe-Lounge), wo die Teilnehmer die



Informationstage in Frankfurt

## Zu Besuch bei Rewe Baustein

Einen spannenden Blick hinter die Kulissen des Sortimentspartners Rewe Baustein erhielten LCC Kollegen aus ganz Deutschland. LCC Regionalleiter Marcel Schmitt hatte sie nach Frankfurt eingeladen, um gemeinsam mit ihnen den Touristikkonzern zu besuchen. Bevor am 27. Juni 2013 die Rewe Baustein Zentrale besichtigt wurde, trafen sich die Teilnehmer am Vorabend in einer Apfelweingaststätte, um sich auszutauschen, und genossen dabei Spezialitäten aus der Region. Am nächsten Tag begrüßte Nils Casmir, Leiter Agenturvertrieb von Dertour, die Teilnehmer in der Rewe Baustein Zentrale, bevor die LCC Mitarbeiter in den Produktschulungen mehr erfuhren zu den Themen Krisenmanagement, Dertour Deluxe, Flusskreuzfahrten/Kreuzfahrten, Meier's Weltreisen Asien und Städtereisen inklusive Anreise. Im Anschluss folgten Rundgänge durch die Abteilungen „Konfektionierung“, „Serviceteams“ und „Dertour à la Carte“.



Lounge selbst kennenlernten und mehr über den Flughafenbetreiber Fraport erfuhren. Später hatten die Teilnehmer noch Zeit, sich mit den Leistungsträgern auszutauschen. Dabei bedankten sich die Auszubildenden sowie Regionalleiter Mitte/Süd Marcel Schmitt bei den Partnern für diesen gelungenen Workshop.

Perfekte Plattform für regionales Networking

## Büroleiterstammtisch in Hamburg

Der Büroleiterstammtisch Region Hamburg traf sich am 26. Juni 2013 in den Räumlichkeiten des Touristik Plus Lufthansa City Center. Das Loft im Hamburger Stadtteil Eppendorf begeisterte die 14 Teilnehmer, und Touristik Plus erwies sich unter Federführung von Teammitglied Katharina Vondran als perfekter Gastgeber. Als Sponsor und Gastreferent konnte Michael Kahlau, Key Account und Vertrieb von Olimar Reisen, gewonnen werden. In einem 45-minütigen Vortrag informierte er die LCC Büroleiter auf mitreißende Art über die Highlights des Veranstalters. Das anschließende Essen in einem italienischen Restaurant bot die perfekte Plattform für regionales Networking und rundete den gelungenen Abend ab. Der nächste Stammtisch soll im Herbst vom LCC Gips & Büche in Quickborn organisiert werden.



## Team Einkauf/Vertriebssteuerung stellt sich vor



Das Team Einkauf/Vertriebssteuerung v.l.n.r., oben: Siiri Palisaar, Anke Ehmann, Bettina Scheerer, Julia Wedemeyer, unten: Wolfgang Möller, Susanne Schauer, Cornelia Labetzsch, Kathrin Rietmann. Es fehlen Andrea Hanne und Teresa Licciardiello.

In den vergangenen Monaten haben sich die deutsche und internationale LCC Zentrale eine neue Struktur gegeben. Seit Mai 2013 gibt es die neu geschaffene Abteilung Einkauf/Vertriebssteuerung: Hier werden der Touristik- und Geschäftsreiseeinkauf sowie die Vertriebssteuerung für beide Bereiche gebündelt und international aufgestellt. Das Team kümmert sich um das Aushandeln von Kettenvereinbarungen mit Fluggesellschaften, Veranstaltern, Reedereien, Mietwagenanbietern, Hotelketten und Bahnen. Dazu überprüft es unterjährig regelmäßig, inwieweit die jeweils vereinbarten Ziele realistisch erreichbar sind, und leitet auf dieser Basis Steuerungsaussagen ab. Dies alles mit dem übergeordneten Ziel, höchstmögliche Superprovisionen zu generieren. In Problemfällen bildet das Team Einkauf/Vertriebssteuerung das Bindeglied zwischen Leistungsträgern und LCC Büros. Die Teammitglieder im Einzelnen sind:

Bereichsleiterin **Julia Wedemeyer** ist Ansprechpartnerin für alle grundsätzlichen Fragen zur Einkaufs- und Vertriebssteuerung des LCC Portfolios. Tel.: 069 66075 255, E-Mail: Julia.Wedemeyer@lcc.de

Ansprechpartner für das Thema Flug ist **Wolfgang Möller**. Tel.: 069 66075 251, E-Mail: Wolfgang.Moeller@lcc.de

Für das Thema Hotel ist **Susanne Schauer** zuständig. Tel.: 069 66075 252, E-Mail: Susanne.Schauer@lcc.de

Ebenfalls um die Hotels sowie um die mittelständischen Veranstalter kümmert sich **Kathrin Rietmann**. Tel.: 069 66075 257, E-Mail: Kathrin.Rietmann@lcc.de

**Siiri Palisaar** ist verantwortlich für Mietwagen und den multinationalen Flugeinkauf. Tel.: 069 66075 256, E-Mail: Siiri.Palisaar@lcc.de

**Teresa Licciardiello** kümmert sich um die volumenstarken Veranstalter (Generalisten), die HanseMercur Reiseversicherung sowie die Bistro-Steuerung. Tel.: 069 66075 261, E-Mail: Teresa.Licciardiello@lcc.de

**Cornelia Labetzsch** ist zuständig für das Planungstool Touristik sowie für die Veranstalter des LCC Ergänzungssortiments. Tel.: 069 66075 263, E-Mail: Cornelia.Labetzsch@lcc.de

**Anke Ehmann** kümmert sich um die Koordination der Marketingaktionen mit Fluggesellschaften, Hotelketten, Mietwagenanbietern und der DB. Tel.: 069 66075 253, E-Mail: Anke.Ehmann@lcc.de

**Andrea Hanne** betreut die strategischen Projekte CRM und „Top 300 Hotels“ und unterstützt darüber hinaus die touristische Steuerung. Tel.: 069 66075 264, E-Mail: Andrea.Hanne@lcc.de

**Bettina Scheerer** ist eigentlich im Team Marketing angesiedelt, unterstützt das Team Einkauf/Vertriebssteuerung aber in Sachen Kreuzfahrten-Einkauf. Tel.: 069 66075 234, E-Mail: Bettina.Scheerer@lcc.de

Die Verkaufsförderung im Veranstalter- und Reedereien-Sortiment übernimmt das Team Marketing und ist somit Ansprechpartner für Fragen rund um gemeinsame Marketingaktionen.

Darf es ein wenig mehr sein?

## Wie LCC Mitarbeiter Zusatzgeschäft generieren

Die Ergebnisse des Mystery Shoppings für das Frühjahr 2013 haben es gezeigt: Besonders bei Erstkontakt und Wunschermittlung können die LCC Büros punkten. Doch gerade bei der Bedarfsermittlung ist noch Luft nach oben. Fast 40 Prozent der LCC Mitarbeiter hatten hier einen höheren Redeanteil als der Kunde. Wenn Expedienten hingegen den Kunden erzählen lassen, erfahren sie viel mehr über seine Interessen und Erwartungen. Das ist besonders wichtig, wenn LCC Mitarbeiter Zusatzgeschäft generieren möchten.

Die Bedarfsermittlung fängt schon bei den einfachsten Dingen an: „Wir fragen den Kunden immer, wie er zum Flughafen kommt – selbst, wenn ein Rail&Fly-Ticket inkludiert ist. Denn oft können die Kunden je nach Wohnort das Bahnticket gar nicht nutzen. Dann empfehlen wir einen Parkplatz am Flughafen“, erzählt Christina Kolb vom LCC reisebuero-wuest.de in Hachenburg. Fragen nach Mietwagen, Sitzplatzreservierungen oder Versicherungen gehören ebenso zum Standard in ihrem Reisebüro. „Bei Städtereisen sprechen wir zudem die Welcome Card an, die Fahrten mit dem öffentlichen Nahverkehr ebenso beinhaltet wie ermäßigte Eintritte für Sehenswürdigkeiten und Führungen“, ergänzt ihre Kollegin Theresa Fetz vom reisebuero-wuest.de in Ransbach-Baumbach. Das Team setzt zusätzlich auf Eintrittskarten, Ausflüge und mehr, die dem Kunden ein Erlebnisextra bieten – übrigens auch Geschäftsreisenden.

Beim Kunden im Hochpreissegment muss es da schon etwas mehr sein: „Der anspruchsvolle Kunde setzt Zusatzleistungen wie Mietwagen und Eintrittskarten als Standard voraus. Hier greifen wir deshalb bevorzugt auf hochwertige Agenturen und Partner zurück, die individuelle Exklusivleistungen anbieten. Das kann eine Tour durch New York sein, die von einem preisgekrönten Fotojournalisten begleitet wird, eine erstklassige Broadway-Backstage-Führung oder eine Tischreservierung in einem edlen, angesagten Restaurant“, erklärt Rene Roseburg. Der Mitarbeiter des auf Luxusreisen spezialisierten LCC Schmidt & Partner Reisebüro in Bochum weiß: Nicht immer bedeuten Zusatzverkäufe hohe Provisionen, doch allein wegen der gesteigerten Kundenzufriedenheit lohnt sich der Service. „Viele Kunden wissen gar nicht, wie sie an solche Leistungen kommen. Wenn wir einen inspirierenden Vorschlag machen, sind sie sofort begeistert und schätzen unsere Beratungskompetenz. Ein zufriedener Kunde kommt nicht nur gern wieder, sondern empfiehlt sein Reisebüro auch anderen weiter.“ Egal, welche Strategie die LCC Mitarbeiter bevorzugen, ein einfacher Grundsatz steht allem voran: Kein Beratungsgespräch ohne zusätzliches Angebot.

→ Auch Sie haben Tipps zum Thema Zusatzverkauf und wollen diese mit Ihren Kollegen teilen? Schicken Sie Ihre Ideen per E-Mail an [marketing@lcc.de](mailto:marketing@lcc.de). Die besten werden im Extranet veröffentlicht und mit etwas Glück winkt ein 30-Euro-Gutschein von Douglas.

MEHR LEISTUNG  
und Qualität



HanseMerkur  
Reiseversicherung AG



## Auch Schutzengel

MACHEN URLAUB!

Egal, ob Transatlantik-Kreuzfahrt, Wanderurlaub in Österreich, Städtereise nach Rom oder Geschäftsreise nach London.

Die HanseMerkur Reiseversicherung bietet den perfekten Schutz:

- ✓ Reise-Rücktrittsversicherung
- ✓ Urlaubsgarantie
- ✓ Reise-Krankenversicherung
- ✓ Notfall-Versicherung  
inkl. Schutzengel auf Reisen
- ✓ Reise-Unfallversicherung
- ✓ Reisegepäck-Versicherung



Die Zukunft des Reisens

## Programmhighlights zur LCC Vollversammlung



Vom 7. bis 10. November erwartet die Teilnehmer der LCC Vollversammlung in Dubrovnik nicht nur der einzigartige Charme der historischen Stadt an der Adria, sondern ein hochkarätiges Programm: Besonderes Highlight des diesjährigen Plenums sind zwei Podiumsdiskussionen kombiniert mit drei hochkarätigen Impulsvorträgen und erstklassigen Referenten, die den Ver-

trieb der Zukunft im Bereich Geschäftsreise und Touristik in den Mittelpunkt stellen. So diskutieren Alexander von Bernstorff, Senior Manager Distribution Strategy and Cost bei Lufthansa, Albert Pozo, Vice President Global Customer & IT Services der AMADEUS IT Group, und Vertreter der LCC Reisebüros unter Moderation von Klaus Henschel, Geschäftsführer der deutschen und der internationalen LCC Zentrale, über „Distributionstransparenz und den Einfluss der NDC Datenstandards auf den Geschäftsreisevertrieb der Zukunft“. Aber auch der touristische Reisebürovertrieb unterliegt dem Wandel. Zum Thema „Wo geht die Reise hin – und wird das Reisebüro am Ende Gewinner oder Verlierer sein?“ diskutieren Jan Valentin, Vice President Package Travel KAYAK, Robert Seeger, Online-Marketing-Experte und Geschäftsführer von Kommunikati-

onskunst, sowie Kevin Keogh, Geschäftsbereichsleiter Marketing und Vertrieb DER Touristik, Michael Knapp, Direktor Vertrieb TUI Deutschland, mit Hasso von Düring, Geschäftsführer der deutschen LCC Zentrale, am Samstagvormittag. Das Zukunftsszenario für die Reiseindustrie vervollständigen die Gastredner Norm Rose, der 34 Jahre Erfahrung in der Branche und umfangreiche Studien sowie Trends mitbringt. Zweiter Gastredner ist Christian Gansch, der einen ganz neuen Blick auf die Virtuosität im LCC Netzwerk wirft und dabei sein Konzept des „orchestralen Bewusstseins“ eines Unternehmens einbringt.

Die Workshops werden dieses Jahr erstmals in Kombination mit einem Strategieworkshop mit Hasso von Düring und Klaus Henschel in Gruppen von maximal 40 Personen angeboten, um den direkten Dialog mit der LCR Geschäftsführung zu fördern. Erfolgsgeschichten des weltweiten LCC Netzwerkes können die Mitarbeiter im sogenannten LCC E-Book vorstellen. Dazu müssen sie sich lediglich auf dem Eventblog unter [www.lcc2013.com/blog](http://www.lcc2013.com/blog) registrieren. Mit etwas Glück gewinnen sie eine Wild Card für drei kostenfreie Nächte im Konferenzhotel Radisson Blu Resort & Spa Sun Gardens. Ebenfalls eine Chance auf eine Wild Card hat das LCC Mitglied, das sich am aktivsten auf dem Vollversammlungsblog engagiert. Anmeldeschluss ist der 1. September 2013.

### TIPP DER WOCHE:

## KURZENTSCHLOSSENE GLÜCKLICH MACHEN!

- ✓ 10% Grundprovision ab der ersten Buchung
- ✓ Einfache Buchung mit der FTI GROUP-Agenturnummer

**NEU!!**

Jetzt auch mit Sofortüberweisung möglich!



### Der Last-Minute-Tipp!

#### Profitieren Sie von

- ... über 300 Mio. Reiseangeboten weltweit
- ... einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis
- ... einer einfachen Zahlungsabwicklung mit Direkt- oder Agenturinkasso
- ... einem sofortigem PDF-Versand der Reiseunterlagen per E-Mail
- ... der Top-Erreichbarkeit unseres kompetenten Serviceteams

Weitere Informationen und aktuelle Angebote auf [5vorflug-Service.de](http://5vorflug-Service.de)

Future Trends of the Travel Industry

## Business Plus General Assembly in Frankfurt



The main focus of this year's Business Plus General Assembly on 4th June was the future of the travel industry mainly in the corporate business world. The opening speech of Managing Director Klaus Henschel and Michael Marx, Head of Corporate Travel, had a strong emphasis on the changing distribution channels and the resulting challenges for airlines, GDS systems and the travel industry. They also presented new strategies and measures to improve the efficiency of the LCC network on a national as well as a global scale. In 2012 the corporate travel division Business Plus was able to increase the revenue by 13.2 percent up to 3.25 billion Euros in comparison to last year. The general future prospects look very promising for the overall development of the travel industry as well as for the corporate travel section. Also in 2012 the LCC network expanded for example in the following countries: Bolivia, Georgia, Jordan, Kazakhstan, Qatar, Panama, Saudi Arabia and Thailand.

One of the keynote speakers was Alexander von Bernstorff, Senior Manager Distribution Strategy & Costs at Lufthansa German Airlines, who shared his insights about the new NDC data standard, which is currently developed by IATA, as well as the essential technology changes challenging the travel industry in terms of airline distribution – two topics that were actively discussed by the participants.

For a highly interactive approach, four workshops were offered on topics like Direct Connect, account management, reporting and strategies for distribution and tender procedures. At the "market place" the participants had the chance to have a personal talk with Preferred Partners like Lufthansa, AMADEUS, International SOS and AirPlus as well as with colleagues from the LCC Headquarters.

→ All presentations and pictures are available in the Extranet under "Home/OurServices/Meeting&Events/BusinessPlus-Meetings".

Marketing Campaign Relaunch

## New Adkit Templates ready to use

The new advertisement campaign was introduced at the Regional Meetings in May and June this year. To support local marketing activities best, also Adkit, the online marketing tool to individualize stationery, POS material and banners has been updated. Adkit now offers approximately 30 different templates for corporate and leisure LCC and for Business Plus LCC: From cruise to golf, from study tours to honeymoon ads, from corporate advertisements to welcome home cards – everything is now ready to use. Also a basic picture gallery with the new motifs is available. Any production according to the new marketing campaign can still run for the marketing fund of 500 Euro. More in the Extranet under "IT Tools/Adkit".



### Short news

## New Pure Luxury Coaching Series

The LCC Pure Luxury Circle continues its educational activities in 2013 with virtual and face to face coaching sessions to support the luxury competence circle for beginners, professionals and those who seek new approaches, trends and products.

### Virtual Coachings/Webinars

- Luxury for Beginners on 10<sup>th</sup> September
- Luxury for Professional on 17<sup>th</sup> October
- Luxury Products & Trends / Luxury and Gender on 28<sup>th</sup> November

### Two days Face to Face Coaching

- Emotional personality development for Luxury Sales on 5<sup>th</sup> to 6<sup>th</sup> November

Registration is possible via LCC Extranet.

## 360° General Assembly highlights



Apart from the Adriatic sea and historic cities alongside the Dalmatian coast, from 7th to 10th November 2013 participants in the LCC General Assembly can look forward to a high-calibre programme. A special highlight of this year's plenary session are two provocative plenary discussions combined with three impulse speeches and excellent speakers who focus on fu-

ture trends of corporate and leisure travel distribution. Alexander von Bernstorff, Senior Manager Distribution Strategy and Costs at Lufthansa, discusses with Albert Pozo, Vice President Global Customer & IT Services of AMADEUS IT Group, and representatives of LCC agencies the topic Distribution Transparency and the influence of the new NDC data standards on the travel distribution.

After the two impulse speeches of Jan Valentin, Vice President Package Travel KAYAK, and Rober Seeger, online marketing expert and Managing Director of Kommunikationskunst, Managing

Director Hasso von Düring will be moderating a lively discussion with Kevin Keogh, Senior Vice President Marketing and Sales DER Touristik, and Michael Knapp, Director of Sales TUI Germany, on the question: Where will the journey take us – and will the travel agencies win or lose at the end?

Keynote speaker Norm Rose has 34 years of experience in the travel industry and sketches out the future scenario for the travel industry. The second keynote speaker is Christian Gansch who opens a completely new view on the virtuosity of the LCC network together with his concept of "orchestral consciousness".

A first also in terms of its use is the a multimedia e-book which represents a unique collection of cooperation between two or more LCC agencies. Participants can join by registering in their online application. Among the first 50 success stories a free three nights stay at the Radisson Blu hotel will be raffled. All important programme updates, secret insights on Dubrovnik and interesting perspectives from the speakers are shared on the LCC event blog at [www.lcc2013.com/blog](http://www.lcc2013.com/blog). LCC colleagues are welcome to post comments. The most active blogger has the chance to win another three nights stay at the host hotel during the LCC General Assembly. LCC colleagues can apply to join this extraordinary conference beyond 360° until 1<sup>st</sup> September at [www.lcc2013.com](http://www.lcc2013.com).

### LCC X-factor Series: The "x" of Insider Travel Experiences

## Budapest FAM Trip from LCC to LCC

The LCC world at your fingertips – with maximum insider travel know-how delivered from LCC colleagues to LCC colleagues. This is the second part of the sign in X-factor series with focus on individual LCC initiatives that demonstrate an extraordinary X-factor within the network. X stands for experiences, exchange and extraordinary knowledge – all that was offered by LCC Morea Travel from Hungary who proved par excellence how to fascinate LCC colleagues for their home country to increase the business potential among each other.

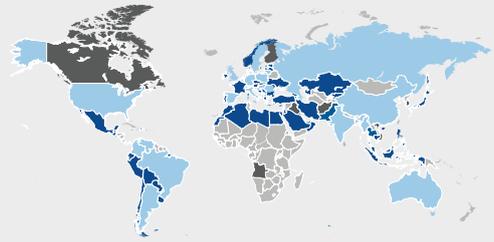
From April 12<sup>th</sup> to 14<sup>th</sup> LCC Morea Travel invited LCC members from all over the world to Budapest under the motto "a city that blows your mind". Attendees from four countries enjoyed three days full of maximum insider know-how, hot spots and hidden secrets. As long established agency in Budapest, LCC Morea Travel has been the perfect tour operator for this FAM Trip exclusively arranged not by any standard tour operator but by LCC colleagues for LCC colleagues.

From Germany, Egypt, Spain and Slovakia, delegates were simply impressed by the professionalism and the diversity of this trip which included an exclusive tour with main sites of the Hungarian capital like the Heroes' Square, the city park, the Parliament as well as the famous Fishermen's Bastion and the Matthias Church. On the next day the bus took the group to visit the charming and



baroque city of Szentendre. After a short hotel inspection the tour continued in the famous Széchenyi bath of Budapest which attracts yearly many locals and tourists for the real spa experience Hungary is known for. Outstanding hospitality and also local cuisine and delicacies were not to be missed – with dinners tasting traditional food but also the new wave cuisines accompanied by the famous alcoholic beverage "Pálinka".

LCC colleagues should watch out for future FAM Trip invitations organised by LCC members for LCC members or organise their own one. It is always worth it because working together within the LCC network is added value the LCC entrepreneurs far more need to make use of.



## LCC Global Travel

## Consistent Customer Support for Corporate Clients

The concept that was firstly presented to all LCC partners at the LCC General Assembly in Morocco last year has now become reality: LCC Global Travel. From 3<sup>rd</sup> to 5<sup>th</sup> June 2013 all founding members met in Frankfurt for a kick-off meeting where the base for a successful cooperation in the new network was created. They established standards, guidelines, and marketing ideas and also discussed the next working steps.

So far 28 Lufthansa City Center have already joined LCC Global Travel. Through partners with large international networks and contacts Lufthansa City Center has the ability to provide consistent support to all corporate clients globally. Currently LCC has Global Travel offices in Argentina, Australia, Belgium, Brazil, China, Germany, Great Britain, India, Israel, Italy, Colombia, Lithuania, Poland, Romania, Russia, Sweden, Spain, Hungary, Venezuela, and also in the Netherlands, Switzerland and the USA.

### What benefits does LCC Global Travel offer?

The market is changing: not only big companies, but even more the medium size companies – the main target group of Lufthansa City Center – are operating more and more internationally. With the changes in the market the requirements business travelers put on their travel agents change as well: a central contact person with yet worldwide personalized and individualized assistance with the same quality standards and production are more under demand

than ever before. To be able to deliver the requested service to our corporate clients, LCC Global Travel was created as a new service level with a global orientation. The aim is to maintain the already existing LCC customers and to expand to new countries as well as gaining new international corporate budgets and higher profitability for the LCC agencies.

### International LCC headquarters team supports members

For a successful implementation of this concept a special multinational project team was created in the LCC headquarters: under the management of Rinku Sharma the team takes care of international tender procedures as well as the assistance, management, and quality control of the individual LCC Global Travel member. An assigned central account manager takes the role of a consolidated and continuous contact person who secures a smooth communication with the customer. To ensure a global uniform standard there is a contract in place with predefined services, quality standards and mandatory products.

The next LCC Global Travel Meeting will take place at the beginning of November 2013.

→ Your contact person for all questions concerning LCC Global Travel: Rinku Sharma, Tel.: +49 69 66075 418 or via email to [Rinku.Sharma@lcc.de](mailto:Rinku.Sharma@lcc.de).

## New structure in the LCC headquarters

## Introduction of the Team Procurement

In the past months, the LCC headquarters has undergone some structural changes. As of May 2013 the newly formed department procurement combines all leisure and business travel purchasing activities internationally. The team is responsible for the negotiation of contracts with airlines, rental car companies, hotel chains and cruise lines (and for Germany also with tour operators and rail companies). Apart from that, the team is constantly verifying the agreed goals and acts as link between the preferred suppliers and the LCC agencies if problems occur.

The members of the team are as follows:

- Julia Wedemeyer, as head of the department is the contact person for all general questions concerning procurement and the LCC portfolio. Tel.: +49 69 66075 255, email: [Julia.Wedemeyer@lcc.de](mailto:Julia.Wedemeyer@lcc.de)
- Siiri Palisaar is responsible for contracts with airlines, AMADEUS and rental cars. Tel.: +49 69 66075 256, email: [Siiri.Palisaar@lcc.de](mailto:Siiri.Palisaar@lcc.de)
- Another contact person for airlines is Wolfgang Möller. Tel.: +49 6966075 251, email: [Wolfgang.Moeller@lcc.de](mailto:Wolfgang.Moeller@lcc.de)
- Kathrin Rietmann is dealing with hotels, hotel portals and cruise lines. Tel.: +49 69 66075 257, email: [Kathrin.Rietmann@lcc.de](mailto:Kathrin.Rietmann@lcc.de)

- Her colleague Susanne Schauer also takes care of hotels. Tel.: +49 69 66075 252, email: [Susanne.Schauer@lcc.de](mailto:Susanne.Schauer@lcc.de)

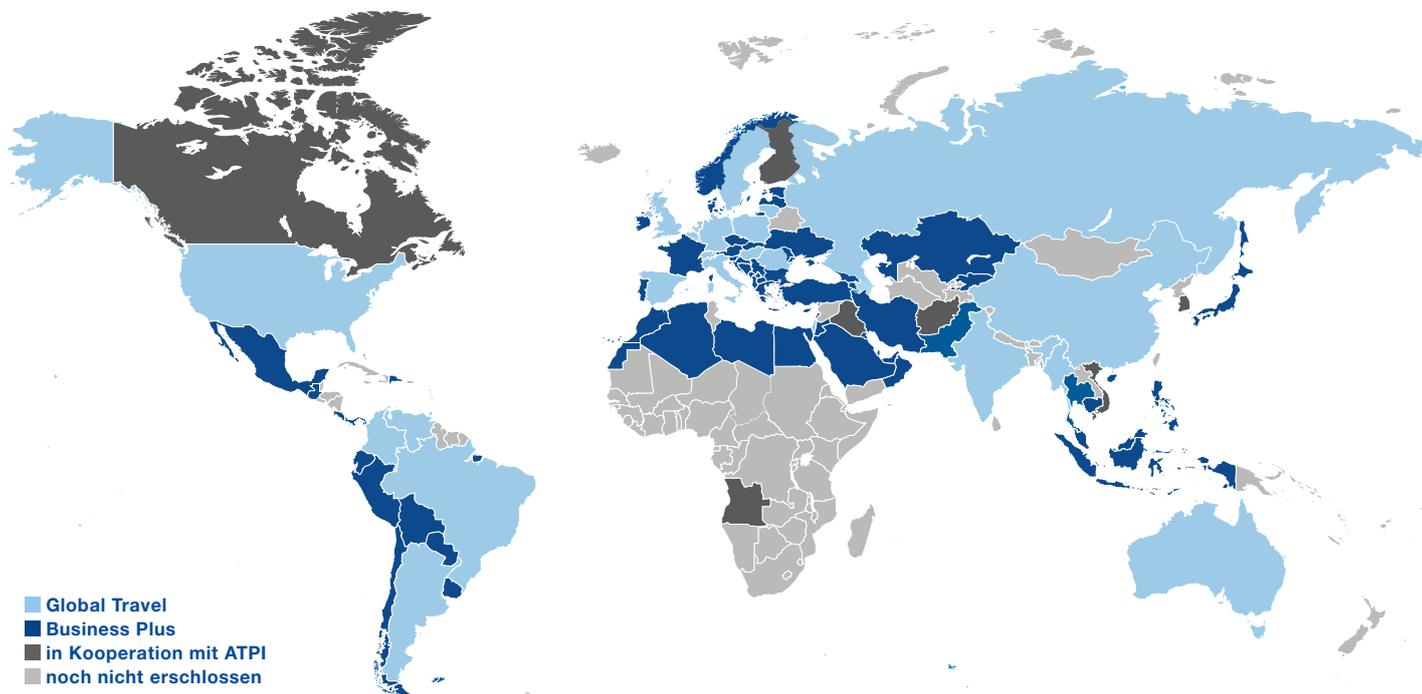
The following team members are in charge of all leisure matters for the German LCC: Teresa Licciardiello, Cornelia Labetzsch, Anke Ehmman, Andrea Hanne and Bettina Scheerer.



The team procurement, above: Siiri Palisaar, Anke Ehmman, Bettina Scheerer, Julia Wedemeyer, below: Wolfgang Möller, Susanne Schauer, Cornelia Labetzsch, Kathrin Rietmann. Missing Andrea Hanne and Teresa Licciardiello.

LCC Global Travel

## Firmenkunden weltweit einheitlich betreuen



Was bei der LCC Vollversammlung in Marokko im vergangenen Jahr erstmals allen LCC Partnern als Konzeptidee vorgestellt wurde, ist nun Realität: LCC Global Travel. Im Kick-off-Meeting mit allen Gründungsmitgliedern am 3. und 5. Juni 2013 in Frankfurt wurden die Grundlagen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit im neuen Netzwerk gelegt und gemeinsame Richtlinien, Standards, Vermarktung, Vertrieb sowie auch die nächsten Arbeitsschritte wurden besprochen und erarbeitet.

Aktuell haben sich bereits 28 Lufthansa City Center LCC Global Travel angeschlossen. Durch Partner mit großer internationaler Reichweite ist das Unternehmensnetzwerk der Lufthansa City Center in der Lage, Firmenkunden auf allen Erdteilen einheitlich zu betreuen. LCC Global Travel Partner befinden sich aktuell in Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, China, Deutschland, Großbritannien, Indien, Israel, Italien, Kolumbien, Litauen, Polen, Rumänien, Russland, Schweden, Spanien, Ungarn, Venezuela sowie in den Niederlanden, in der Schweiz und in den USA.

### Welche Vorteile bietet LCC Global Travel?

Der Markt verändert sich: Nicht nur große Unternehmen, sondern gerade auch der Mittelstand – die Hauptzielgruppe der Lufthansa City Center – internationalisiert sich zunehmend. Mit der Marktveränderung ändern sich auch die Anforderungen, die Geschäftsreisende an ihre Reisebüropartner stellen: Ein zentraler Ansprechpartner bei dennoch weltweiter persönlicher und individueller Betreuung mit gleichen Qualitätsstandards und Produkten ist gefragter denn je.

Um eben diesen global operierenden Firmenkunden den gewünschten Service anbieten zu können, wurde LCC Global Travel als neues Service-Level mit einer weltweiten Ausrichtung ins Leben gerufen.

Ziel ist hierbei der Erhalt von LCC Bestandskunden bei Ausweitung in andere Länder, die Gewinnung weiterer internationaler Firmenetats sowie eine größere Rentabilität für die LCC Partner.

### Multinationales Team der Zentrale betreut Mitglieder

Für die erfolgreiche Umsetzung dieses Konzepts wurde ein spezielles, multinationales Projektteam in der LCC Zentrale gebildet: Unter der Leitung von Rinku Sharma kümmert sich das Team um die Teilnahme an internationalen Angebotsverfahren sowie um die Betreuung, Steuerung und Qualitätskontrolle der einzelnen LCC Global Travel Partner. Ein fest zugeordneter, zentraler Account Manager bildet dabei einen konsolidierten und durchgängigen Ansprechpartner und sichert die reibungslose Kommunikation mit und für den Kunden. Die Absicherung einheitlicher globaler Standards ist durch einen eigenen Vertrag gegeben – mit festgelegten Services, Qualitätsstandards und verpflichtenden Produkten.

Die nächsten Schritte wurden bereits an alle LCC Global Travel Partner per E-Mail kommuniziert. So soll unter anderem ein finaler Außenauftritt erarbeitet und LCC Global Travel weltweit durch die jeweiligen Partner kommuniziert werden. Auch stehen Qualitätsmanagementbesuche bei den Partnern an. Darüber hinaus soll ein Sharepoint für die gemeinsame Dokumentenbearbeitung in einem Angebotsprozess aufgesetzt und eine Kundendatenbank zur Herausarbeitung der Querverbindungen zwischen einzelnen Ländern und Kunden erstellt werden. Das nächste LCC Global Travel Meeting findet Anfang November 2013 statt.

→ Als Ansprechpartner für alle Fragen rund um LCC Global Travel steht Rinku Sharma unter Tel.: 069 66075 418 oder per E-Mail an [Rinku.Sharma@lcc.de](mailto:Rinku.Sharma@lcc.de) zur Verfügung.

Geballtes Know-how in Sachen Visum

## Mit der CIBT Visum Centrale zum Durchblick im Visadschungel

# CIBTvisas

Die globalisierte Welt von heute fordert mehr und mehr Mobilität. Exotische Reiseziele werden immer selbstverständlicher bereist. Für 70 Länder gibt es für deutsche Reisende allerdings eine Hürde: das zeitaufwendige und komplizierte Visa- und Legalisationsverfahren. Die Komplexität nimmt durch die sich oft täglich verändernden Bestimmungen zu. Deutsche Reisende zum Beispiel sind seit Anfang Juli 2013 visumpflichtig für Senegal. Gut, dass die Experten der CIBT Visum Centrale als Preferred Supplier von LCC den Überblick behalten.

### So viel Service überzeugt

Die insgesamt 140 CIBT Mitarbeiter kümmern sich an allen wichtigen Standorten von Botschaften und Konsulaten vor Ort um die Wünsche der Kunden. In diesem Jahr bearbeitete die CIBT Visum Centrale an den Standorten Bonn, Berlin, Frankfurt, Hamburg und München deutlich mehr als 100.000 Visaanträge. Weltweit werden durch die CIBT über eine Million Visaanträge aus zwölf Ländern bearbeitet – ein Netzwerk, von dem LCC guten Gewissens profitieren kann. Denn die Kunden bestätigen es: Im vergangenen Jahr waren von über 11.000 befragten Kunden 98,3 Prozent zufrieden bis exzellent zufrieden mit der Dienstleistung der CIBT Visum Centrale.

Die CIBT bietet einen Komplettservice zur Visum-Beantragung für alle 70 Länder, das heißt: Dokumentenlegalisierungen und -übersetzungen, Einladungsschreiben und vieles mehr. So bietet CIBT für Indien den Foto-Resize-Service an, bei dem aus Standard-Passbildern konsulgerechte Fotos erstellt und ausgedruckt werden. Der erst kürzlich gestartete Concierge Service ist die richtige Wahl für besonders anspruchsvolle Kunden: Er stellt die höchste Stufe der aktiven, kundenorientierten Serviceleistungen von CIBT dar, bei der eine Kontaktaufnahme mit wenigen Eckdaten zum gewünschten Visum führt. Besonders überzeugend ist auch der CIBT Pre-Check Service, der sicherstellt, dass Visaanträge richtig eingereicht werden. Dieses spart viel Zeit und Geld. CIBT ist es besonders wichtig, durch regelmäßige Schulungen die Fachkompetenz der Visa-Berater auf aktuellstem Stand zu halten, um die LCC Partner zufriedenstellend zu beraten. Lufthansa City Center und CIBT haben eine besondere Vereinbarung, von der LCC Büros mit attraktiven Margen profitieren.

→ Bei Rückfragen steht Grit Sandmann unter Tel.: 069 66075 417 oder E-Mail an [Grit.Sandmann@lcc.de](mailto:Grit.Sandmann@lcc.de) ebenso zur Verfügung wie das CIBT Team unter E-Mail an [acct@cibt.de](mailto:acct@cibt.de). Weitere Informationen stehen unter [www.cibtvisas.de](http://www.cibtvisas.de) bereit.

Anzeige

## Marriott International expandiert mit der Marke AC Hotels by Marriott



Die designorientierte Marke AC Hotels by Marriott ist Teil des wachsenden Lifestyle-Angebotes von Marriott International. AC Hotels by Marriott setzt auf schlichte Formen und klare Linien; verbunden mit europäischer Eleganz und Design zum Anfassen, welches den Hotels ihr ortstypisches Flair verleiht.

Die Marke ging 2011 aus einem Joint Venture von Marriott International und der 1998 von Antonio Catalán gegründeten spanischen Hotelgruppe AC Hotels hervor. Zurzeit umfasst das rund 9.000 Zimmer starke Portfolio über 80 Stadthotels in Spanien, Italien, Portugal und Frankreich. Als eine der 50 am höchsten bewerteten Marken innerhalb des Marktes genießt AC Hotels by Marriott insbesondere in Spanien sehr hohes Ansehen.

Aktuell ist die Eröffnung fünf neuer AC Hotels by Marriott geplant, wobei von Eigentümerseite großes Interesse besteht, auch nach Nord- und Südamerika zu expandieren. Die neuesten Zuwächse sind das AC Hotel by Marriott Nizza an der Französischen Riviera, welches im April eröffnet hat, sowie das AC Hotel by Marriott San Cugat in Barcelona, dessen Eröffnung erst wenige Wochen zurückliegt.



Beantworten Sie die folgenden Fragen und gewinnen mit etwas Glück Marriott-Frühstücksvoucher für zwei Personen, die Sie in einem AC Hotel by Marriott oder weltweit bei einer anderen Marriott-Marke einlösen können.

1. In welchen Ländern ist die Marke AC Hotels by Marriott bislang präsent?
2. Nennen Sie zwei Städte, in denen AC Hotels by Marriott besonders stark vertreten sind.
3. Wie lautet der AMADEUS Property Code des jüngsten AC „Familienmitgliedes“?

Bitte senden Sie Ihre Antworten an [signin@lcc.de](mailto:signin@lcc.de) oder per Fax an 069 66075-250. Einsendeschluss ist der 30.09.2013.

„Direct Connect“, AMADEUS und mehr

## Fidi Experten Workshop in Frankfurt

Am 25. Juni 2013 trafen sich LCC Firmendienstmitarbeiter zum Fidi Experten Workshop in der LCC Zentrale in Frankfurt, um sich zu operativen Themen auszutauschen. Am Vormittag stellte Tina Roos, Bereichsleiterin Front- & Midoffice Technologie der Zentrale, LIMA Symphony vor und beantwortete Fragen zur neuen Direktanbindung an Germanwings über „Direct Connect“. Am Nachmittag standen AMADEUS Produkte und Prozesse im Fokus der Diskussion. Auch die Einrichtung von Smart Keys wurde ausgiebig erläutert. Da die meisten Firmendienste nur Standard-Smart-Keys nutzen und hier die Möglichkeiten Prozesse zu verbessern und die Expedienten im Buchungsprozess zu unterstützen wesentlich größer sind, wird Marc Stiehl vom Team Operations/IT zu diesem Thema künftig Schulungen anbieten (Termine werden im Extranet veröffentlicht).

Weitere Themen des Fidi Experten Workshops waren die Einführung der EMD und der Umgang mit den Ancillary Services. Das Feedback der Teilnehmer zur Strukturierung des Workshops war durchweg positiv. Der nächste Experten Workshop für LCC Firmendienstmitarbeiter findet am 30. September 2013 in der LCC Zentrale statt.

Zusätzliche AMADEUS Trainingstermine exklusiv für LCC

## Schulungen zu Ancillary Services und EMD

Zusatzverkäufe, sogenannte Ancillary Services, nehmen im Flugverkehr eine immer wichtigere Bedeutung ein. Nachdem bisher inkludierte Leistungen wie Sitzplatzreservierungen, Gepäck, Catering bisher nur bei Low Cost Carriern zusätzlich verkauft worden sind, beginnen auch immer mehr klassische Airlines diese Leistungen neben dem reinen Flug separat zu verkaufen. Um diesem Trend Rechnung zu tragen, hat AMADEUS eine Funktion zum Verkauf dieser Leistungen eingeführt: AMADEUS Ancillary Services.

Abgerechnet werden diese Zusatzverkäufe über ein neues Dokument, das EMD (electronic miscellaneous document), welches aufgrund einer IATA-Anforderung bis Ende des Jahres die MCO (Miscellaneous Charges Order) ablösen wird. Neben den Ancillary Services sind auch andere Leistungen wie etwa Umbuchungsgebühren von dieser Änderung betroffen.

### Neuerungen im Buchungsprozess sorgen für Fragen

Sowohl Ancillary Services als auch EMD stellen eine immense Neuerung in den Buchungsprozessen dar – kein Wunder also, dass seit einigen Monaten Anfragen aus vielen LCC Reisebüros bei den Regionalleitern und dem Team Operations/IT der LCC Zentrale eingegangen sind: „Wir wurden häufig gefragt, ob wir keine Schulungen zu diesem Thema organisieren könnten“, erzählt



Jetzt anmelden

## OBE-Vertriebsworkshop

LCC Online Booking Verantwortlichen sowie Firmendienstmitarbeitern und Key Account Managern mit Know-how über die Online Booking Engines (OBE) von cytric, AMADEUS und Victor bietet die LCC Zentrale in Frankfurt am 5. September 2013 wieder einen Tag lang die Gelegenheit, sich zu praxisrelevanten Themen auszutauschen. Die Ansprechpartner der OBE-Anbieter stellen zudem ihre Produktneuerungen vor und stehen für Fragen der LCC Mitarbeiter bereit.

→ Die kostenlose Registrierung ist im Extranet unter „Tools/Anwendungen/Seminar Anmeldungen“ möglich.

Marc Oliver Stiehl vom Team Operations/IT der LCC Zentrale. „Da die ersten Anfragen aus Nordrhein-Westfalen kamen, haben wir zunächst durch AMADEUS ein Seminar in Essen durchführen lassen, an dem auch ich als zuständiger Produkt Manager teilgenommen habe. Die Nachfrage aus der Region war jedoch so enorm, dass wir uns entschieden haben, exklusive LCC Schulungen in den verschiedenen Regionen durchzuführen“, erklärt Marc Oliver Stiehl weiter.

Kurzerhand wurden die LCC Büros durch die jeweiligen Regionalleiter angeschrieben. Aufgrund der hohen Nachfrage fanden neben dem AMADEUS Seminar in Essen bereits exklusive Schulungen für LCC in Berlin, Augsburg, Münster und Frankfurt statt. Obwohl Lufthansa die EMD für Umbuchungsgebühren bereits am 25. Juni 2013 eingeführt hat, ist die Nachfrage weiterhin ungebrochen.

→ Der Erfolg hat das Team Operations/IT veranlasst, in Zukunft weitere AMADEUS Seminare exklusiv für LCC durchführen zu lassen. Büros, die spezielle Themenwünsche haben, können sich an ihre Regionalleiter wenden, die dann die Nachfrage gemeinsam mit der LCC Zentrale prüfen werden.

Winter 2013 | 14

# FINEST MOMENTS

LUXUS IST ZEIT FÜR MICH



JAHN REISEN SELECT **FINEST**

# JAHN REISEN

## DIE FEINSTEN ADRESSEN DER WELT

Mit dem Winterprogramm 2013/14 erobert JAHN REISEN nun auch das Luxussegment.

Die High-Class-Resorts von JAHN REISEN SELECT FINEST gehören zu den internationalen Spitzenhotels und setzen höchste Maßstäbe in Sachen Luxusurlaub. Opulente Ausstattung, exklusives Design, überragender Komfort und exquisite Gastronomie sorgen hier für das ganz besondere Urlaubsgefühl.

Unter den JAHN REISEN SELECT FINEST-Hotels finden Sie ausschließlich Hotels aus dem 5,5- bis 6-Sterne-Segment mit sehr hoher Weiterempfehlungsrate.

Mehr Informationen im DER Touristik INFONET unter [www.dertouristik.com/Köln](http://www.dertouristik.com/Köln)

Im Blickpunkt

## Kreuzfahrtspezialisten unterwegs



Die drei Pure Luxury Club Mitglieder (v.l.n.r.) Klara Recker, ReiseArt in Münster, Michael Lieske, Rick Reisedienst in Aachen, und Tonke Meyer, Bruns Reisen in Rastede, hatten die Möglichkeit, die SEA CLOUD II bei einer Schiffsbesichtigung persönlich kennenzulernen.



Den Neuzugang von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten, die EUROPA 2, entdeckten neun LCC Mitarbeiter auf einer exklusiven Seminarreise vom 13. bis 16. Juli 2013.



Das Team von Compass Reisen aus Oldenburg war am 16. Juni 2013 zur Schiffsbesichtigung in Bremerhaven an Bord der MS Delphin, dem Traditionsschiff von Passat-Kreuzfahrten.



„Die mediterrane Lebensart“ von MSC Kreuzfahrten erlebten LCC Mitarbeiter bei einer Fahrt mit MSC Poesia vom 18. bis 22. Juni 2013 von Stockholm nach Kiel.

Inforeise nach Namibia

## Afrika mit anderen Augen sehen



Die Faszination Namibias lockte zwölf LCC Geschäftsführer und Büroleiter vor kurzem auf eine zehntägige Inforeise mit Chamäleon nach Afrika. Der Reiseveranstalter hatte den Teilnehmern ganz nach dem Unternehmensmotto von Chamäleon die Reise ihres Lebens versprochen. Namibia mit anderen Augen zu sehen, professionell und perfekt organisiert, persönlich geführt, bewegend und voller Überraschungen – das war das Ziel des Veranstalters und typisch für die Gruppenreisen, die Chamäleon für bis zu zwölf Teilnehmer anbietet. Zu den unvergesslichen Höhepunkten der Reise gehörten Dünengiganten in farbenprächtigen Orangetönen, das wilde Reich des Etosha-Nationalparks, die Kultur der San und die Stadt Swakopmund, die einst unter deutscher Kolonialverwaltung stand und heute als begehbares Geschichtsbuch für die Besucher der Region dient. Weitere Highlights waren die Onjala Lodge, die sich in einem 1.700 Hektar großen Naturpark befindet und einen umweltschonenden Tourismus unterstützt, sowie das leuchtende Beispiel der Chamäleon-Stiftung: Penduka. Das Projekt ermutigt Frauen in einem Township der Hauptstadt Windhoek durch das Erlernen eines Handwerks für sich selbst zu sorgen. Die Reise ihres Lebens? Da waren sich alle Teilnehmer einig: Chamäleon hatte damit keinesfalls übertrieben.

Pure Luxury Seminarreise nach Singapur

## Luxusreisen in eine der lebendigsten Metropolen der Welt

Singapur wird von vielen Touristen nur als Stopover-Ziel genutzt, dabei hat der Stadtstaat mehr zu bieten, als Besucher an einem Tag erleben können. Davon konnten sich neun LCC Partner auf einer Pure Luxury Seminarreise vom 5. bis 10. Juni 2013 überzeugen. Der Veranstalter Windrose Finest Travel organisierte Führungen zu hochwertigen Hotels und den wichtigsten Sehenswürdigkeiten, denn: Nur wer die Besonderheiten der Produkte kennt, kann seine Kunden optimal beraten. Daher standen auch Flüge in der Business Class von Lufthansa und Swiss sowie ein Besuch der entsprechenden Flughafenlounges in Zürich und Singapur auf dem Programm. Nach der Ankunft am Nachmittag des 6. Juni ging es sogleich in das The Ritz-Carlton, Millenia Singapore Hotel, wo die Teilnehmer während der Reise residierten. Das Fünf-Sterne-Haus ist eine der besten Hoteladressen Singapurs. Nach einer Besichtigung des Gastgeberhotels ließen die Teilnehmer den Abend bei einem gemeinsamen Essen ausklingen.

### Top-Hotels und rekordverdächtige Attraktionen

In den nächsten Tagen lernten die LCC Mitarbeiter nicht nur die historischen Stadtviertel Chinatown, Little India und die muslimische Arab Street kennen, sondern auch absolute Top-Hotels: Das Capella Singapore ist ein architektonisches Meisterwerk und bietet das

einzige Fünf-Sterne-Spa der Stadt. Das Hotel liegt wie auch das Equarius Hotel & SPA und das „W“-Hotel auf Sentosa Island – ein beliebtes Freizeitparadies. Ebenfalls beeindruckend war die Führung durch das Fullerton Hotel und das Boutique-Hotel Fullerton Bay sowie durch das legendäre Raffles Hotel. Und das Mandarin Oriental überzeugte nicht nur mit seiner Lage an der Marina Bay.

Neben den Luxushotels erkundeten die LCC Mitarbeiter verschiedene Attraktionen des Stadtstaates: Ein unvergesslicher Augenblick war die Fahrt mit dem Singapore Flyer, das mit 165 Metern höchste Riesenrad der Welt. Und auch der Botanische Garten, die Universal Studios und das größte Ozeaneum der Erde begeisterten die Teilnehmer. Bei der River Safari tauchten sie ein in die Unterwasserwelten großer Flüsse wie des Amazonas oder des Mekong. Von der erlebnisreichen Reise nahmen die LCC Kollegen viele neue Eindrücke mit nach Hause und konnten ihr Fachwissen um wichtige Erfahrungen erweitern, die ihnen im täglichen Geschäft helfen werden.



## Modern Luxury – Traumziele weltweit



**Modern  
LuXury**

Erleben Sie es.

### Viele attraktive Vorteile – für Sie!

- 14 % Provision für Lufthansa City Center Reisebüro ab der ersten Buchung
- Bis zu 11 % Flugprovision\*
- 10 % Provision auf Gruppenlandausflüge\*
- Eigenes Buchungssystem CruiseMatch Online
- Reisebüro-Extranet mit Online-Materialbestellung
- Cruising for Excellence – unser innovatives Online Schulungstool

### Träume wahr werden lassen – für Ihre Kunden!

- Moderne Flotte mit 11 stylischen Schiffen
- Bis zu 85 % Balkonkabinen
- Erstklassiger Service & preisgekrönte Küche
- Weitläufiger Wellnessbereich



\* Angebotsbedingungen siehe Extranet

### Buchung & Information:

CruiseMatch Online • Amadeus Cruise • TOMA

Reisebüro-Hotline: 069 / 92 00 71 - 0 • [CelebrityCruises.de/Extranet](http://CelebrityCruises.de/Extranet)

Interview mit Kai Sannwald, Inhaber und Geschäftsführender Gesellschafter von Sunny Cars

## Ungetrübter Fahrspaß mit dem Ferienmietwagen-Spezialisten Sunny Cars



Während sich die Hauptsaison dem Ende zuneigt, beginnt für viele Urlaubshungerrige schon die Planung der nächsten Reise. Kai Sannwald, Geschäftsführender Gesellschafter vom neuen LCC Partner Sunny Cars, verrät im Interview mit der sign in, warum das Urlaubsauto schon von Beginn an zur Reiseplanung dazugehört und worauf beim Verkauf am Counter zu achten ist.

### sign in: Warum sollte ein Reiseverkäufer einen Mietwagen mit anbieten?

**Kai Sannwald:** Viele Urlauber möchten auch in den schönsten Tagen im Jahr nicht auf Mobilität verzichten. Wer mit

dem Ferienauto unterwegs ist, entdeckt oft ganz individuell die schönsten Ecken. Unsere Erfahrung zeigt, dass es Kunden sehr positiv aufnehmen, wenn sie aktiv auf einen Mietwagen hingewiesen werden. Für den Counter-Profi schlägt sich übrigens jeder verkaufte Mietwagen bei LCC mit 18 Prozent Provision nieder.

### sign in: Sie sprechen von Ihrer Erfahrung am Markt. Was macht Sunny Cars zum Mietwagenexperten?

**Kai Sannwald:** Sunny Cars vermittelt seit über 20 Jahren Ferienmietwagen. Heute haben wir mehr als 5.000 Stationen in über 100 Ländern im Programm. Dabei wählen wir unsere Vertragspartner sehr genau nach unseren Qualitäts- und Serviceanforderungen aus. Dank der Vielzahl von Vermietern können wir so fast jeden Kundenwunsch erfüllen.

### sign in: Welche Wünsche haben Kunden bei der Buchung ihres Ferienautos?

**Kai Sannwald:** Die Urlauber sind „erfahrener“ geworden und achten verstärkt auf den Leistungsumfang der Preispakete. Der Urlauber verlangt mit Recht Sorglosigkeit und setzt beim Ferienauto auf ein Leistungspaket ohne versteckte Zusatzkosten vor Ort.

### sign in: Welche Leistungen sind bei Sunny Cars inklusive?

**Kai Sannwald:** Bei den Mietwagenangeboten von Sunny Cars können sich die Urlauber darauf verlassen, dass alle wichtigen Leistungen im Preis enthalten sind. Zum Rundum-Versicherungsschutz zählen unter anderem ein Vollkaskoschutz mit Rückerstattung der Selbstbeteiligung im Schadensfall (inklusive Glas-, Reifen-, Dach- und Unterbodenschäden), ein Kfz-Diebstahlschutz mit Rückerstattung der Selbstbeteiligung sowie eine garantierte

Haftpflichtdeckungssumme in Höhe von mindestens 7,5 Millionen Euro. Auch Leistungen wie unbegrenzte Kilometer, alle lokalen Steuern und die Flughafengebühren sind im Mietwagenpreis von Sunny Cars inklusive.

### sign in: Worin besteht der Unterschied zum neuen „Premium Produkt“ von Sunny Cars?

**Kai Sannwald:** Seit Oktober 2012 haben wir in den beliebtesten Urlaubszielen Griechenland, Italien, Kroatien, Portugal und Spanien unser neues Premium Produkt mit wichtigen Qualitätsmerkmalen eingeführt. Bei diesem Leistungspaket werden unter anderem neuere Fahrzeuge, eine bevorzugte Übernahme und Rückgabe des Ferienautos am Flughafen (Quick-Check-In) sowie die urlauberfreundliche Voll-voll-Tankregelung garantiert, bei der das Fahrzeug mit derselben Tankfüllmenge wie bei der Wagenübernahme zurückgegeben wird. In Italien, Kroatien, Portugal und Spanien ist zudem ein zweiter Fahrer inklusive.

### sign in: Wann sollte das Ferienauto gebucht werden?

**Kai Sannwald:** Grundsätzlich ist der Mietwagenverkauf am Counter sehr viel einfacher, wenn er von Beginn an in das Beratungsgespräch integriert wird. Das Ferienauto kann direkt in das Angebot eingerechnet werden, statt dem Kunden nach abgeschlossener Buchung noch ein „Extra“ zu verkaufen. Über Amadeus Tour Market (TOMA) funktionieren Mietwagenbuchungen von Sunny Cars mit dem Aktionscode „KW“ noch schneller und einfacher. Auch der Kunde profitiert von einer frühen Buchung: Die gewünschte Fahrzeugkategorie kann flexibel gewählt werden, ohne dass es zu Engpässen kommt, die in der Hochsaison auftreten können.

### sign in: Welche Frage stellen Kunden am häufigsten?

**Kai Sannwald:** Ein Klassiker ist die Frage nach der Altersbeschränkung. Diese liegt in den meisten Zielgebieten bei mindestens 21 Jahren, bei höheren Fahrzeugkategorien häufig ab 25 Jahre. Ein Paket zur Herabsetzung des Mindestalters kann teilweise dazugebucht werden.

### sign in: Was erwarten Sie sich von der neuen Zusammenarbeit mit Lufthansa City Center?

**Kai Sannwald:** Wir bedanken uns für das Vertrauen, das LCC in uns setzt, und sind uns sicher, dass das Angebot von Sunny Cars das Sortiment von LCC perfekt ergänzt. Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit!



**EINE**

**WEBSITE**

**VIER**

**AIRLINES**

**ALLE TOOLS**

**AUF EINEN BLICK**

Vier Airlines in einem übersichtlichen Online-Tool mit vielen Hilfsmitteln und Informationen für Ihre tägliche Arbeit: [www.agentconnect.biz](http://www.agentconnect.biz)



AgentConnect.biz



Gewinnen Sie einen Fluggutschein für zwei Personen mit Air France oder KLM in Economy Class nach New York. Beantworten Sie einfach folgende Frage:

Wie heißt die neue Expediten-Website von Air France, KLM, Delta und Alitalia? Kreuzen Sie an!

**AgentConnect.biz**

**afkldlaz.de**

Vor- und Nachname

Reisebüro

Straße

PLZ & Ort

E-Mail-Adresse

Bitte senden Sie Ihre Antwort per Fax an 069 / 660 75 250 oder per E-Mail an [signin@lcc.de](mailto:signin@lcc.de).  
Einsendeschluss ist der 30. September 2013, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Wir wünschen Ihnen viel Glück!

Kooperation mit Duplo

## LCC begleitet die „längste Praline der Welt“ auf Reisen

Die Lufthansa City Center haben eine Kooperation mit Duplo gestartet, die viele Vorteile für die LCC Reisebüros bietet und die dank der großen Reichweite neben der Imagepflege von LCC vor allem der Neukundengewinnung dient. Seit der 33. Kalenderwoche hat Duplo eine Bannerkampagne auf stark frequentierten Internetseiten über einen Zeitraum von drei Wochen geschaltet, bei der die virtuell längste Praline der Welt geschaffen werden soll. Treibende Kraft dahinter sind die Fans: Sie können die Online-Version des beliebten Schokoriegels auf der Duplo Facebook Fanseite sowie auf einer Gewinnspielseite von Duplo durch ihre Teilnahme an der Aktion um ein bestimmtes Maß verlängern, bis sie einmal um den Globus reicht. Als Hauptpreis winkt ein Around-the-World-Ticket für zwei Personen. Auf 21 Etappen auf dem Weg der Praline um die Welt werden zusätzlich entweder Flugtickets für zwei Personen zu elf verschiedenen Destinationen oder Sachpreise verlost. Zu den Flugtickets erhalten die Gewinner darüber hinaus ein Reisebudget (500 Euro für die Destinationen Berlin und Paris und jeweils 1.000 Euro Taschengeld für die übrigen Reiseziele und 2.000 Euro für das Around-the-World-Ticket). Die Gewinner werden voraussichtlich Ende September bekanntgegeben. Ihren Flug müssen sie zwischen dem 1. No-

vember 2013 und dem 31. Dezember 2014 antreten, eingelöst werden die Tickets in einem LCC Reisebüro.

### Wie profitieren die LCC Büros von der Aktion?

Nachdem die Gewinner ausgelost und deren Adressen ermittelt wurden, kontaktiert die LCC Zentrale Partnerbüros in der Nähe des jeweiligen Wohnortes. Die Lufthansa City Center übermitteln den Gewinnern Informationen zu den Bedingungen der verlosteten Flugtickets, der Buchungsprozess läuft über die LCC Büros vor Ort. Der große Vorteil für die LCC Partner: Sie können den Gewinnern Zusatzleistungen anbieten, wenn diese im LCC Büro die gewonnenen Flugtickets einlösen – ein Extra, das sich die Gewinner dank des zu den Tickets erhaltenen Reisebudgets sicher gönnen werden. Unter dem Slogan „Rund um die Welt mit den Lufthansa City Center Reisebüros“ wird LCC die Aktion auch online auf [www.lcc.de](http://www.lcc.de) unterstützen und Kurzinformationen zu den Destinationen sowie Reiseangebote bereitstellen für diejenigen, die bei dem Gewinnspiel leer ausgegangen sind.

→ Fragen zur Aktion „LCC begleitet Duplo auf Reisen“ beantwortet Eva-Maria Guha unter Tel.: 069 66075 224 oder per E-Mail an [Eva-Maria.Guha@lcc.de](mailto:Eva-Maria.Guha@lcc.de).

Aktuelle Marketingaktionen

## LCC Trip Insider-Kampagne, Kreuzfahrtmailing und mehr

Von August bis Oktober 2013 unterstützt die LCC Zentrale die Partnerbüros mit verschiedenen Marketingaktionen: Unter dem Motto „Maßgeschneiderte Fernreisen. Urlaub, der zu Ihnen passt!“ bewirbt die aktuelle LCC Trip Insider-Kampagne Traumziele in der Ferne. Australien, Asien oder Südafrika – für welche Urlaubsziele sich eine lange Anreise lohnt und was es zu beachten gilt, darauf erhalten die Kunden Antworten. Wann beispielsweise ist die beste Reisezeit? Wo gibt es eine Sonnengarantie? Welche Sprache wird vor Ort gesprochen? Kann es neben dem Strandurlaub nicht auch mal eine Kreuzfahrt sein? Die LCC Mitarbeiter stellen bei der Kampagne ihr Fachwissen zu Fernreisen in den Vordergrund und ergänzen ihre nützlichen Reiseinformationen mit besonderen Angeboten, die die Kunden inspirieren.

Bestandteil der Fernreise-Kampagne ist ein Mailing inklusive Anschreiben, Antwortelementen und Umschlag, das bereits am 12. August verschickt wurde. Alle Reisen sind mit Empfehlungen und Insider-Tipps versehen und auf der LCC Trip Insider-Webseite ausführlich dargestellt. Alle LCC Partner, die an dem Mailing nicht teilgenommen haben, haben von der Zentrale Exemplare der Broschüre erhalten und können mit der Textvorlage, die im Extranet unter „Unsere Leistungen/Marketing/Aktuelle Marketingaktionen“ hinterlegt ist, eigene Kunden anschreiben.

Als nächste Aktion steht das hochwertige Kreuzfahrtmailing auf dem Programm, das eine große Auswahl an Fluss- und Hochseekreuzfahrten beinhaltet. 14 Reedereien sind vertreten, die für jede Altersgruppe und für jedes Zielgebiet das passende Angebot bereithalten. Das Mailing umfasst eine umfangreiche Angebotsbroschüre mit zwei Angeboten pro Reederei sowie eine ausklappbare Routenkarte. Verschickt wird das Mailing voraussichtlich Ende September mit zwei unterschiedlichen Anschreiben an bereits kreuzfahrterfahrene Kunden sowie an diejenigen, die bisher noch keinen Urlaub auf dem Wasser gemacht haben. Auch die Postkarte zur Wahl des „Schiffs des Jahres 2015“ wird mitgesendet.

Weitere Marketingmaßnahmen: Im September steht den LCC Partnern ein Imagebanner in Kooperation mit Dertour zur Bewerbung der Disney Freizeitparks zur Verfügung und im Oktober wird es eine Schaufensterdekoration mit AIDA geben.

Weitere Marketingmaßnahmen: Im September steht den LCC Partnern ein Imagebanner in Kooperation mit Dertour zur Bewerbung der Disney Freizeitparks zur Verfügung und im Oktober wird es eine Schaufensterdekoration mit AIDA geben.

→ Fragen zu den Marketingaktionen beantwortet Anke Both unter Tel.: 069 66075 223 oder unter E-Mail an [Anke.Both@lcc.de](mailto:Anke.Both@lcc.de).





**CLUB MALDIVES**  
MALEDIVEN, VOLLPENSION  
ab € **2.130\***

**VIELE  
BEREICHE  
NEU GESTALTET  
UND  
RENOVIERT**

World of  TUI

# ROSA. ROTE BRILLE SEIT ROBINSON.

**Ihre Kunden werden sich in ROBINSON verlieben!** Traumhafte Locations. Bezauberndes Ambiente. Einzigartige Atmosphäre. Genussmomente der besonderen Art. Golf. Yoga. Tennis. Wassersport. Wintersport. WellFit®-Spa. Seele-baumeln-Lassen und viele Extras inklusive. Der Urlaub Ihrer Kunden wird anders – mit ROBINSON. Informieren Sie sich unter [www.go-robinson.de](http://www.go-robinson.de)

\* Preis p.P. und Woche im Bungalow, inkl. Flug und Transfer, ausgewählte Termine im September 2013, Mindestaufenthalt 1 Woche.  
Robinson Club GmbH . Karl-Wiechert-Allee 4 . 30625 Hannover

**ROBINSON**   
Zeit für Gefühle



HanseMerkur Sommerevent 2013

## Reeperbahnbummel und Stadtrallye: Incentive-Gewinner entdecken Hamburg

Es war der verdiente Lohn für ihre Mühen: 40 LCC Partner, die den höchsten HanseMerkur Umsatz in den ersten vier Monaten dieses Jahres erzielen konnten, wurden vom Versicherungspartner der Lufthansa City Center zur Belohnung auf einen spannenden City-Trip nach Hamburg eingeladen. Vom 28. bis 29. Juni 2013 entdeckten die LCC Mitarbeiter die Hafencity mit einem Programm, das selbst die LCC Partner aus Hamburg begeisterte. Ausgangspunkt für die abwechslungsreichen Programmpunkte war das Scandic Hotel im Herzen der Stadt.

Los ging es mit der „Tour der Giganten“, die exklusive Einblicke hinter die Kulissen der Hamburger Hafen-Container-Maschinerie bot: Die Fahrt mit dem Bus führte entlang der Kaimauer, vorbei an den über 300 Meter langen Container-Giganten, und lieferte den LCC Partnern allerlei Wissenswertes beispielsweise zu den automatisiert fahrenden Containertransportern.

### Die sündigste Meile der Welt

Zum Abend hin rief die Reeperbahn, Hamburgs bekannteste Amüsiermeile. Nach einem ausgiebigen Abendessen stand das Kultmusical „Die heiße Ecke“ auf dem Programm. Die heiße Ecke, Hamburgs ältester Imbiss, ist Dreh- und Angelpunkt des Musicals, bei dem das Publikum 24 Stunden im Zeitraffer auf der sündigsten Meile der Welt live miterlebt. Tolle Melodien und sieben Schauspieler, die in über 50 verschiedene Rollen schlüpfen, zeigen, was das Leben auf

St. Pauli täglich ausmacht. Mit dem entsprechenden Grundwissen ausgestattet folgte anschließend ein kleiner Reeperbahnbummel entlang der Davidwache, über den Hans-Albers-Platz und durch die Große Freiheit, eine Seitenstraße der Reeperbahn. Auch in einem angesagten Club machte die Gruppe Halt.

### Geschicklichkeit und Wissen getestet

Die Stadt zu Fuß entdeckten die Teilnehmer am nächsten Vormittag auf einer Hamburg-Rallye. Als Startpunkt diente die Zentrale der HanseMerkur und nach einem kleinen Empfang mussten die LCC Partner aktiv werden: Ein Bobby-Car-Parcours vor der

Parkanlage Planten & Bloomen und ein Frisbee-Zielwerfen an der Alster verlangten den Teilnehmern in sportlicher Hinsicht einiges ab. Wissen wurde am Jungfernstieg beim Hamburg-Quiz und in der HanseMerkur Zentrale durch das Lufthansa Dalli-Klick getestet. Beim anschließenden Mittagessen und der obligatorischen Siegerehrung hatten die LCC Kollegen die Zeit, sich über ihre Hamburg-Erlebnisse auszutauschen, bevor sie sich wieder auf den Heimweg begaben.



## Social-Media-Tipp

## Impressumpflicht bei Facebook

Dass jede Facebook-Seite, die nicht ausschließlich privat genutzt wird, über ein Impressum verfügen muss, ist seit 2011 bekannt. Da ein Reiter (ein Button, der zu einer Unterseite führt) mit dem Titel „Info“ oder „Über uns“ nicht ausreicht, bieten seither einige Anbieter kostenlose Impressumsreiter für Facebook-Seiten an, in die dann nur noch die Kontaktdaten des Seitenbetreibers eingetragen werden müssen. Das Problem: Auf der mobilen Facebook-Seite für Smartphones oder Tablet-Computer sind keine Reiter sichtbar, sondern allein die Vorschau der Infobox unterhalb des Profilbildes. Das Oberlandesgericht Hamm bestätigt nun, dass auch auf mobilen Endgeräten das Impressum direkt zu erkennen und in maximal zwei Klicks zu erreichen sein muss.

Dies lässt sich durch zwei Möglichkeiten gewährleisten: Entweder der Seitenbetreiber weist in der Vorschau der Infobox mit dem Hinweis „Zum Impressum“ auf weitere Informationen in der Gesamtansicht der Infobox hin oder er verlinkt ebenfalls mit dem Hinweis „Zum Impressum“ auf das Impressum seiner Website.



Als Beispiel können sich LCC Partner die Facebook-Fanseite der LCC Zentrale ansehen ([www.facebook.com/lcc.de](http://www.facebook.com/lcc.de)). Wird die Impressumspflicht bei Facebook in Deutschland nicht beachtet, kann das empfindliche Geldstrafen von bis zu 3.000 Euro nach sich ziehen.

- Weitere Informationen zur Impressumspflicht bei Facebook sowie Aktuelles zu Social Media stehen im LCC Extranet unter der Rubrik „Marketing/Social Media“ bereit. Fragen beantwortet Katja Hinze unter Tel.: 069 66075 227 oder per E-Mail an [Katja.Hinze@lcc.de](mailto:Katja.Hinze@lcc.de).

### Gut für Suchmaschinenoptimierung und Kundenbindung

## Eigene Reiseberichte auf der Webseite veröffentlichen

Suchmaschinen bewerten Webseiten nach ihrem Inhalt und berücksichtigen auch die Suchanfragen der Nutzer. Um die Auffindbarkeit eines Internetauftritts zu verbessern, gibt es viele Möglichkeiten. Eine davon ist eigener Content – denn der wird nicht nur von Suchmaschinen positiv bewertet, sondern auch von den Nutzern einer Webseite. Ein solcher individueller Content kann beispielsweise ein Reisebericht sein, der die Expertisen des Reisebüros in den Vordergrund stellt.

### Insider-Tipps bieten Mehrwert für den Kunden

Wichtig beim Verfassen von Reiseberichten: LCC Mitarbeiter sollten Lust darauf machen, mehr zu einem Reiseziel zu erfahren, und zeigen, dass sie für eine persönliche Beratung in ihrem Reisebüro gern als Experte bereitstehen. Das erhöht die Chance, dass Kunden gezielt auf das Reisebüro zugehen, um sich über das beschriebene Urlaubsland zu informieren. Im Beratungsgespräch kann der Expedient dann eigene Erfahrungen und Insider-Tipps einfließen



Daumen hoch für das Team vom LCC Reisebüro Bühler in VS-Villingen, das sich an der Facebook-Aktion beteiligt hat.

### Facebook-Aktion

## LCC Reisebüros stellen sich vor

In der letzten Ausgabe der sign in wurde sie bereits angekündigt, die neue Facebook-Aktion der LCC Zentrale. Unter dem Motto „Ihr LCC stellt sich vor“ wird die Zentrale regelmäßig auf ihrer Facebook-Seite über einzelne Partnerbüros berichten. Die Partner können so die Fanpage der Zentrale als Plattform nutzen, um sich auf individuelle Art vorzustellen. So erfahren die Fans, welche Reisebüros Teil des LCC Netzwerkes sind und wo ihre Stärken liegen. Zusätzlich haben teilnehmende Büros die Möglichkeit, für ihre eigene Facebook-Seite zu werben. Viele LCC Partner haben sich an der Aktion beteiligt und ihre Beiträge eingereicht, jeder mit seiner ganz persönlichen Note. Dafür bedankt sich die Zentrale ganz herzlich. Die ersten Beiträge wurden bereits auf der Facebook-Seite der Zentrale unter [www.facebook.com/lcc.de](http://www.facebook.com/lcc.de) eingestellt.

- Wer sich noch nicht an der Aktion beteiligt hat, kann sich weiterhin im Extranet unter der Rubrik „Unsere Leistungen/Marketing/Social Media“ einen Fragebogen herunterladen und diesen ausgefüllt und mit Fotomaterial via E-Mail an [Katja.Hinze@lcc.de](mailto:Katja.Hinze@lcc.de) senden. Die Zentrale freut sich auf viele weitere Beiträge.

lassen. Das schafft Vertrauen beim Kunden und unterstreicht die Fachkenntnis des LCC Mitarbeiters.

Die Lufthansa City Center Compass Reisen und Hamburg Süd Reiseagentur setzen dieses Konzept bereits auf ihren Webseiten des Online Partner Konzepts (OPK) erfolgreich um: Die Mitarbeiter schreiben Reiseberichte zu Inforeisen, die sie unternommen haben, und stellen ihren Kunden im Internet so interessante Fakten und einmalige Tipps zu unterschiedlichen Destinationen bereit. Die Reiseberichte der Webseite werden auch auf den sozialen Netzwerken wie Facebook geteilt und halten so den Kontakt zum Kunden.

- Die LCC Zentrale unterstützt LCC Partner bei der Erstellung von Reiseberichten: Hilfe bei der Einstellung auf der Webseite bietet LCC24 unter E-Mail: [lcc24@lcc24.com](mailto:lcc24@lcc24.com), redaktionelle Unterstützung das Team Marketing unter E-Mail: [marketing@lcc.de](mailto:marketing@lcc.de).

## Neue Kollegen



Als International Sales Manager verstärkt Sandra Nittel seit Anfang Mai 2013 das Vertriebsteam von Business Plus. Ihre Tätigkeitsschwerpunkte liegen im Bereich Business Development LCC Global Travel sowie in der Unterstützung von internationalen Ausschreibungen. Nach ihrem Abschluss als staatlich geprüfte Wirtschaftsassistentin und als staatlich anerkannte International Event Organizer war Sandra Nittel zunächst von 2006 bis 2009 bei Lufthansa Systems Americas in Florida als Manager Bid Management Support & Marketing tätig. Anschließend wechselte sie als Referent Corporate Marketing zur Lufthansa Systems AG in Kelsterbach. Zuletzt war Sandra Nittel als Expertin Vertriebssteuerung Marketing bei der Deutschen Lufthansa AG in Frankfurt beschäftigt.

→ **Kontakt: Sandra Nittel, Tel.: 069 66075 415, E-Mail: Sandra.Nittel@lcc.de**



Matthias Schumacher ist seit 1. August 2013 im LIMA Support des Teams Front & Midoffice Technologie tätig. Er ist damit erster Ansprechpartner rund um die gesamte LIMA Produktpalette. Vor seinem Wechsel in die LCC Zentrale hat er eine klassische Ausbildung zum Reiseverkehrskaufmann beim Lufthansa City Center Schmidt & Partner in Bochum absolviert und Erfahrungen mit LIMA gesammelt.

→ **Kontakt: Matthias Schumacher, Tel.: 069 66075 111, E-Mail: support@lcc.de**

LCC Kunden haben entschieden

## Mein Schiff 2 ist „Schiff des Jahres“ 2014

Über 1.700 Kunden der Lufthansa City Center haben abgestimmt und entschieden: Mein Schiff 2 von TUI Cruises kann sich ab sofort mit der Auszeichnung „Schiff des Jahres“ 2014 schmücken. Das „Wohlfühlschiff“, wie die Mein Schiff 2 auch genannt wird, konnte sich gegenüber zahlreichen Mitbewerbern durchsetzen und überzeugte in den sechs Kategorien Service, Route, Kabine, Design, Komfort und Küche. Abstimmen konnten die LCC Kunden sowohl online als auch in den LCC Reisebüros. Bereits zum zweiten Mal wurde TUI Cruises mit der begehrten Auszeichnung von LCC prämiert. Die Wahl der Kunden belegt, dass die Lufthansa City Center mit Mein Schiff 2 ein Produkt im Angebot haben, das bei den Kunden auf Begeisterung stößt.



## Jubilare Jubilees

### 15 Jahre 15 years

ReZsource Lufthansa City Center, Singapore  
Avit Lufthansa City Center, Vicenza/Italy

### 10 Jahre 10 years

Orbix Lufthansa City Center, Brno/Czech Republic  
Visa Concord Lufthansa City Center, Yerevan/Armenia

### 5 Jahre 5 years

Abbey Travel Lufthansa City Center, Jakarta/Indonesia  
Santini Viaggi Lufthansa City Center, Fabriano/Italy  
Wonderland Travel Lufthansa City Center, Athens/Greece  
Condor Verde Travel Lufthansa City Center, Caracas/Venezuela  
Hansa Holidays Lufthansa City Center, Hyderabad/India  
Utess Voyages Lufthansa City Center, Casablanca/Morocco

## Impressum

sign in, die Mitarbeiterzeitschrift der Lufthansa City Center • Nr. 93, August 2013 • Aufl.: 4.200 Stück; erscheint alle zwei Monate • Hrsg.: Lufthansa City Center Reisebüropartner GmbH, Lyoner Straße 36, 60528 Frankfurt am Main • Redaktion: Claasen Communication, Tel.: 06257 68781 • Konzept/Layout: Konzept Verlagsgesellschaft mbH, Thomas Ruffert, Tel.: 069 97460 636 • Produktion/Druck: Warlich Druck Meckenheim GmbH, Am Hambuch 5, 53340 Meckenheim, Tel.: 02225 921626





# *& die schönsten Urlaubsträume erleben*

*43 Hotels und 2 Nilkreuzfahrtschiffe laden ein, Sonne, Vergnügen  
und Entspannung zu tanken. In 13 Ländern freuen sich sowohl unsere  
FAMILY- als auch unsere ADULTS-Hotels auf Ihren Besuch.*



# Schöne Zeit!

## Der A-ROSA

### Katalog 2014 ist da!

Super  
Frühbucher-  
Ermäßigung  
bis 30.11.2013.

Jetzt  
Katalog  
über INFOX  
bestellen!

Bis zu  
**€ 450,-**  
Ersparnis p.P.\*



#### SO VIEL NEUES HAT FLUSS NOCH NIE GESEHEN!

NEUER TARIF, NOCH MEHR LEISTUNGEN:  
MIT SELECT PREMIUM ALLES INKLUSIVE:  
Unser neuer Top-Tarif A-ROSA SELECT Premium alles  
inklusive lässt mit all seinen enthaltenen Leistungen  
und Vorteilen kaum einen Wunsch offen.

#### SPEISEN UND GETRÄNKE – ALLES INKLUSIVE:

- VollpensionPlus mit Spezialitäten-Bufferets  
und Live-Cooking
- Spezialitätenabende mit serviertem 3-Gänge-Menü  
und Weinempfehlungen
- Hochwertige Getränkepauschale mit fast allen  
Getränken der Barkarte

#### JETZT NOCH MEHR – ALLES INKLUSIVE:

- Wunschkabine
- Kein Einzelkabinenzuschlag auf vielen Reisen
- Attraktive Ermäßigungen auf SPA-Anwendungen  
und Ausflüge
- Freiausflug
- Kostenfreies WLAN
- Concierge-Service
- Viele weitere Überraschungen und Annehmlichkeiten

#### VIELE NEUE ROUTEN. ZUM BEISPIEL:

- Rhein Panorama Basel-Amsterdam, 7 Nächte
- Rhein in Flammen, 7 Nächte
- Donau Katarakten ab Budapest, 9 Nächte
- Route Classique Lyon-Avignon, 7 Nächte

#### A-ROSA KREUZFAHRTEN-SPECIALS:

- Klassik-Reisen
- Gourmet-Reisen
- Familien-Reisen
- Howard Carpendale (inklusive Konzertbesuch)

#### EXKLUSIV ZUBUCHBARE PAKETE:

- Fahrrad-Pakete
- Ausflugs-Paket
- Wellness-Pakete
- Golf-Pakete

\* Gilt nur für ausgewählte Routen und Termine.

Jetzt kostenfreie Verkaufshilfe mit weiterführenden Informationen  
und weiteres Werbematerial anfordern: [agenturservice@a-rosa.de](mailto:agenturservice@a-rosa.de).  
Weitere Informationen: Agenturbetreuung: Tel. 0381 44040229 |  
Gruppenabteilung: Tel. 0381 44040200.

**aROSA** 

Lust auf Schiff