



Outdoorjacke und Ortungsapp statt eines Reiseleiters mit dem roten Schirm

TOUR OPERATORS Martin Fehrlin, der neue Geschäftsleiter von Imbach Reisen, will den Vorurteilen gegenüber Gruppenreisen etwas entgegensetzen – mit guter Kommunikation und neuen Ideen.

Edita Truninger

Martin Fehrlin verkörpert allein schon durch sein Auftreten den frischen Wind, der beim Wanderreisen-Spezialisten Imbach unter seiner Regie Einzug hält. Als begeisterter Outdoor-Sportler macht der 44-jährige gern Skiferien in Davos und auch Langlaufen gehört zu seinen Hobbys. Seit Dezember führt Fehrlin die operative Geschäftsleitung von Imbach Reisen in Luzern, die er von Hans Wiesner nach dessen Pensionierung übernommen hat. Der HSG-Absolvent, der auch schon als Skilehrer gearbeitet hat, ist eine aktive Person – mit geführten Wanderreisen hatte er bisher jedoch wenig bis nichts am Hut. «Das Witzige ist ja, dass Wandern eigentlich total im Trend liegt. 25- bis 30-Jährige finden Wandern cool, posten Fotos auf Instagram. Vor zwanzig Jahren hätte man sie ausgelacht», meint Fehrlin.

IM IMBACH-KATALOG finden sich 120 Gruppenreisenangebote im Bereich Wandern in Nah und Fern – alle mit deutschsprachiger Reiseleitung, bei den Fernzielen zusätzlich noch mit einem lokalen Reiseleiter, der die Landessprache beherrscht. Fehrlin räumt ein, dass Gruppenreisen in Zeiten der Individualisierung keinen einfachen Stand hätten. Da war es für den studierten Betriebsökonom natürlich, sich zu fragen: Wo liegt eigentlich der Mehrwert? «Ich war selbst mit meinem elfjährigen Sohn und der Partnerin auf einer Wanderreise auf Madeira und war begeistert. Statt abends über der Karte zu brüten, konnte ich entspannt ein Buch lesen, im Vertrauen darauf, dass jemand, der

sich vor Ort auskennt, die guten Wanderungen für mich ausgewählt hat. Ich konnte mich zurücklehnen und erfuhr ohne Anstrengung auch noch etwas über den Ort, das man sonst in einem Reiseführer nachlesen müsste.» Last, but not least sei man in guter Gesellschaft. «Bei 15 bis 20 Leuten gibt es immer jemanden, der einem passt», ist Fehrlin überzeugt.

MIT WENIGEN TREFFENDEN WORTEN malt Fehrlin das Bild an die Wand, das seiner Meinung nach immer noch in den Köpfen vieler Leute herumgeistert: Eine Horde von dreissig bis vierzig älteren Leuten und die Reiseleiterin mit dem roten Schirm vorneweg. Das Vorurteil der Gruppengrösse ist schnell entkräftet: Bei Imbach Reisen beträgt sie im Schnitt nur 15 bis 20 Teilnehmende. Und der Gruppendruck? «Im Herbst war ich auf Mallorca und es ist fast jeden Tag passiert, dass jemand nicht mitgekommen ist.» Man dürfe sich also auch mal ausklinken, dies zu erwähnen, ist Fehrlin wichtig, «man muss sich auf unseren Reisen nicht von morgens um acht bis abends um acht dem Rhythmus der Gruppe unterwerfen.» Bei den meisten Angeboten beschränkt sich die Unterbringung auf ein bis höchstens zwei Hotels vor Ort. «Wenn man da einmal keine Lust auf den Gruppengroove hat, bleibt man einfach im Hotel oder macht eine Wanderung auf eigene Faust.» So ein Kulturwechsel benötige aber auch eine geschickte Kommunikation,

denn: Manche der insgesamt sechzig Reiseleiter nähmen solche Sologänge schnell persönlich. Dagegen möchte Fehrlin mit guter Kommunikation ankämpfen. Es seien die Bedürfnisse der Leute, die sich verändert hätten. Mit der Qualität der Reiseleitung habe das nichts zu tun.

ALS MARKETING-EXPERTE liegt es für ihn auf der Hand, sich zu fragen, wie er sich neue Altersgruppen erschliessen kann. «Dass wir während der Reise noch mehr individualisieren, sehe ich nicht. Aber ich kann mir gut vorstellen, dass

wir in Zukunft in Richtung Segmentierung gehen.» Vorstellbar sind für ihn Kombinationsangebote wie Wandern und Kultur, Wandern und Genuss oder Wandern und Sport. «Man muss schon sehen, der klassische Imbach-Kunde ist um die 60 bis 65 Jahre alt und geht auf Madeira, an die Algarve, auf Elba oder

«Man muss sich nicht dem Rhythmus der Gruppe unterwerfen»

nach Griechenland. Damit generieren



wir den Grossteil unseres Umsatzes, und das darf man keinesfalls gering-schätzen.»

Dennoch schwebt es Fehrlin vor, in Zukunft einige Reisen mit Altersempfehlung für 30- bis 50-Jährige ins Programm aufzunehmen oder das Durchschnittsalter durch entsprechende Inhalte zu senken. «Wandern mit Kajaken oder Biken zieht jetzt auch nicht unbedingt Personen über sechzig an», so Fehrlin. Ein erklärtes Ziel des neuen Geschäftsführers ist es zudem, seine Angebote bei Alleinreisenden noch bekannter zu machen und ihnen aufzuzeigen, dass gerade Gruppenreisen sich für sie bestens eignen. Auch ein Treueprogramm aufzubauen, ist ihm ein Anliegen. «Ausserdem werden wir auf die nächste Saison hin alle Angebote überprüfen, ob sie genügend Freiräume sowie persönliche Begegnungen mit Personen vor Ort enthalten, zum Beispiel der Besuch bei einem Olivenbauern.»

Die Arbeit geht Fehrlin in nächster Zeit also bestimmt nicht aus. Und falls sie ihm einmal über den Kopfwachsen sollte, weiss er, was zu tun ist. Abhilfe schafft da nur noch Wandern.



Martin Fehrlin

Wanderreisen: Spezialist Imbach Reisen

Imbach Reisen aus Luzern mit zehn Mitarbeitenden gehört zur Twerenbold-Reisen-Gruppe und führt pro Jahr rund 350 geführte Wanderreisen durch, die von jährlich circa 6000 Kunden gebucht werden. Die Durchführungsquote der Reisen liegt bei über 90 Prozent. Der Grossteil der Kundschaft bucht direkt über die Kanäle Online und Telefon, der Vertrieb über Reisebüros liegt im einstelligen Prozentbereich. Auf jeder Reise betreut ein deutschsprachiger Reiseleiter die Gäste. Dieses Jahr besonders nachgefragt werden Andalusien, Teneriffa und Apulien. Schlechter als erwartet laufen im Moment Elba oder La Gomera. Vereinzelt bietet Imbach auch Trekking-Touren an, so zum Beispiel von Nazareth nach Betlehem oder auf der Grossen Mauer in Peking. **ET**