

## Touring steuert Krakau an

**Frankfurt (ta).** Der Linienbusbetreiber Deutsche Touring bietet seit 1. Juni Direktverbindungen nach Krakau an. Für die Fahrten ab Stuttgart über Karlsruhe, Mannheim, Frankfurt und Erfurt werden die neuen Fahrzeuge der Business Class eingesetzt. Dabei werden auch die schlesischen Städte Liegnitz, Breslau, Oppeln, Groß Strehlitz, Gleiwitz und Kattowitz angefahren. Die einfache Fahrt kostet ab 29 Euro.

An Bord der Vier-Sterne-Busse stehen Gästen Schlafsessel mit extra Beinfreiheit und Unterhaltungssystem, Stromanschluss sowie kabelfreies Internet zur Verfügung. Zudem werden Getränke und Zeitungen angeboten.

Neben der neuen Strecke nach Krakau verbindet die Deutsche Touring auch Berlin und Dresden mit Prag, Berlin und Hamburg mit Kopenhagen sowie München mit Prag, Salzburg und Wien. Informationen unter [www.touring.de](http://www.touring.de).



Verantwortlich für diesen Schwerpunkt ist **Christofer Knaak**. Bei Fragen, Ideen oder Anregungen wenden Sie sich per E-Mail an [c.knaak@touristik-aktuell.de](mailto:c.knaak@touristik-aktuell.de).

## Sixt berät zur Firmenflotte

**München (ta).** Der Autovermieter Sixt bietet Firmenkunden einen neuen Service: Die neu gegründete, eigenständige Gesellschaft Sixt Mobility Consulting berät Unternehmen zu Flotten-Management und Fuhrparkoptimierung. Dabei werde im ersten Schritt die individuelle Fuhrparksituation analysiert, anschließend würden konkrete Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet und umgesetzt, heißt es. „Die Zeit des reinen Outsourcings von Fuhrpark-Services ist vorbei. Unternehmen erwarten von ihrem Flottendienstleister messbare Qualitätsverbesserungen bei zugleich deutlich sinkenden Kosten“, erläutert Susan Brichovsky, Geschäftsführerin von Sixt Mobility Consulting. Ihr Unternehmen bietet eine „objektive, markenübergreifende Fuhrparkberatung“ für Kauf- und Leasing-Flotten jeder Größe an. Dabei sollen die Kunden von der Erfahrung und den Einkaufskonditionen von Sixt profitieren.

## Mitglieder der Congress Allianz erhalten Gütesiegel



Die Mainzer Rheingoldhalle ist eines von zehn Mitgliedern der Allianz

**Rostock (ta).** Die Congress Allianz, ein Verbund von zehn deutschen Kongresszentren, die in Größe, Ausstattung, Funktionalität und Professionalität vergleichbar sind, haben sich ihre

Service-Qualität vom Karlsruhochschule Management Institut zertifizieren lassen. Nach einem Kriterienkatalog wurden Punkte wie Aus- und Weiterbildung, Mitarbeiteraustausch, Veran-

stalter-Service und Event-Evaluierung geprüft.

„Das Qualitätssiegel steht für eine kontinuierliche, durch zyklisch wiederkehrende Checks sichergestellte Analyse ausgewählter Kriterien und somit der Sicherheitsstellung des höchsten Qualitätsstandards“, sagt der Projektverantwortliche Stefan Luppold. Er sprach das Gütesiegel allen folgenden getesteten Mitgliedsunternehmen der Allianz zu: Eurogress Aachen, Ruhrcongress Bochum, Kultur- und Congress-Centrum Graf Zeppelin Haus Friedrichshafen, Hannover Congress Centrum, Kongress Palais Kassel, Congress Centrum Mainz, Messe- und Kongresszentrum Halle Münsterland/Münster, Congress Centrum Pforzheim, Rostocker Messe- und Stadthallengesellschaft, Congress Centrum Neue Weimarhalle.

Foto: Congress Centrum Mainz

## Werte erfahren im Workshop-Bus

**Dietrich Touristik** erschließt ein neues Geschäftsfeld

**Berlin/Telfs.** Ihr Produkt ist erklärungsbedürftig, weiß Constanze Dietrich, Geschäftsführerin des Berliner Unternehmens „Themen x Werte Travel Edutainment“, denn es ist „ein absolut neues touristisches Konzept“. Seit anderthalb Jahren konzipiert sie so genannte Wertereisen für Unternehmen. Ziel ist es, den teilnehmenden Mitarbeitern einen bestimmten

unternehmens Dietrich Touristik, einem Busreiseveranstalter mit Hauptsitz im österreichischen Telfs und einer Niederlassung in Chemnitz. Seit Februar verfügt das Unternehmen über den neuen Konferenz- und Workshop-Bus „Moving Ideas“, der mit einem Konferenzbereich, Präsentationsmonitoren und Funkmikrofonen ausgestattet ist.

Festschloss in Hof, bei der unter dem Motto „Regierung und Verantwortung“ das soziale Engagement von Prinz Eugen, Maria Theresia und Joseph II. beleuchtet wird.

Auch Workshops und Coachings zur Verantwortung im Umgang mit Teamkollegen und Sprache werden angeboten. Ebenso werden Werte wie Qualität, Innovation oder Nachhaltigkeit vermittelt. Eine zweitägige Wertereise ohne Training ist ab 189 Euro pro Person bei mindestens 40 Teilnehmern buchbar. Darin sind die Busreise ab München, zwei Programmpunkte, eine Übernachtung in einem Drei-Sterne-Hotel und Halbpension enthalten. Als ideale Gruppengröße empfiehlt Dietrich allerdings 20 bis 25 Teilnehmer, weil man dann bei den Workshops an Bord des 40 Personen fassenden Busses mehr Bewegungsfreiheit habe.

Als Vorlaufzeit für individuelle Wertereisen sollten Firmen etwa drei bis vier Monate einplanen, so Dietrich. „Kurze Tagesreisen aus bestehenden Bausteinen sind schneller realisierbar.“ Durchgeführt werden die Wertereisen zu Zielen in Deutschland und Österreich. „Ich brauche Partner, die auch die Philosophie dieses Konzeptes verstehen und keine touristischen Nullachtfünfehn-Leistungen abliefern“, erklärt die Projektleiterin.

Wenngleich sich ihr Unternehmen auf den Direktvertrieb konzentriert, sind sowohl der Business Liner als auch die Wertereisen in klassischen Bussen von Reisebüros buchbar. Sie erhalten „etwa zehn Prozent Provision“ – der Reisepreis variiert je nach Reisedauer, Stand- und Fahrtzeiten.

Christofer Knaak



Acht Plätze bietet der Konferenztisch im neuen Business Liner

Wert der Firmenphilosophie anhand von Natur, Kultur und Kulinarik erlebbar zu machen und diesen nachhaltig zu festigen. So können Gruppen beispielsweise bei einer Busreise ins Weltkulturerbe Wachau erfahren, wie ein Biowinzer mit dem Thema Verantwortung umgeht. Die vor Ort gewonnenen Erkenntnisse fließen noch während der Reise in Workshops oder Coachings ein.

Als Kommunikationsplattform dient dabei ein Business Liner des Familien-

„Der Bus und die Wertereisen ergänzen sich sehr gut“, berichtet Dietrich, die als Projektleiterin von Moving Ideas bereits erste positive Erfahrungen mit Firmen aus Tirol gesammelt hat. Auch deutschen Firmen will sie das gemeinsame Angebot von Themen x Werte und Dietrich Touristik nun verkaufen. Ihnen bietet sie maßgeschneiderte Konzepte an. Kunden können aber auch aus Bausteinen der Wertereise „Verantwortung“ wählen: etwa einer Zeitreise zum Kaiserlichen

Foto: Dietrich Touristik