

TLTU-PowerWeeks: Wissen teilen, Nähe schaffen, gemeinsam wachsen

- ***Kurze Wege, starke Dialoge: Über 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei sechs regionalen Treffen in ganz Deutschland.***
- ***Digital und zukunftsorientiert: TLTU-Wissenscampus & Joystik 2.0***
- ***Umsatzplus und spannende Aussichten: TLT Urlaubsreisen bleibt auch im Jubiläumsjahr 2025 auf Erfolgskurs***

Hannover, 29. November 2024. Austausch, Wissenstransfer und starke Partnerschaften prägten den November bei TLT Urlaubsreisen. Mit dem neu-geschaffenen Format der TLTU-PowerWeeks setzte die mobile Reisevertriebsorganisation der TUI erneut ein starkes Zeichen für Nähe und persönliche Zusammenarbeit und lud ihre Partnerinnen und Partner dafür zu sechs regionalen Treffen ein. In den sechs Städten in ganz Deutschland kamen über 250 Reiseberaterinnen und -berater sowie Sortimentspartner zusammen, um sich über Neuigkeiten, Best Practices und innovative Lösungen auszutauschen. Im Gepäck hatte Geschäftsführer André Repschinski zudem Erfolgswahlen, die beeindruckten.

„Die TLTU lebt von der Nähe zu unseren mobilen Reiseberaterinnen und Reiseberatern. Der persönliche Kontakt und das aufmerksame Zuhören in den Gesprächen hilft mir, unser Geschäftsmodell permanent an die jeweiligen Berater- und Kundenbedürfnisse anzupassen“, erklärte Geschäftsführer André Repschinski, der alle sechs Treffen moderierte. „Wir sind ein People Business in Perfektion und indem wir in die Regionen kommen, schaffen wir Raum für persönlichen Austausch und fördern die passgenaue Weiterentwicklung unserer Partnerinnen und Partner.“

Begleitet wurden die PowerDays von Kolleginnen und Kollegen der Zentrale aus den Bereichen Betreuung & Support sowie dem Buchungsmanagement. Bei der Durchführung der Veranstaltungsreihe profitierte TLT Urlaubsreisen von einem starken Netzwerk an Sortimentspartnern. Mit dabei waren unter anderem Hanse Merkur, Karawane Reisen, Beachcomber Hotels sowie Vertreter von TUI4U und Dertour. Ein Highlight war die Veranstaltung auf der Viva One von VIVA Cruises in Düsseldorf, inklusive Schiffsbesichtigung und Produktinformationen aus erster Hand.

Seite 1 von 2

Ansprechpartner

TLTU setzt auf Weiterbildung und digitale Unterstützung, wie der Jahresrückblick eindrucksvoll zeigt. Mit mehr als 70 Webinaren in 2024 sowie 14 exklusiven Seminarreisen hat die Vertriebsorganisation mit dem Wissenscampus eine Vielzahl an Angeboten geschaffen, die intensiv genutzt wurden.

Auch konnten erste Erfolge mit dem exklusiven CRM-Tools Joystik 2.0 kommuniziert werden. Seit seinem Ausbau im Mai 2024 wurden bereits knapp 20.000 automatisierte Kunden-mails verschickt – immer individuell im Namen der Reiseberaterinnen. „Künstliche Intelligenz und Automatisierung ergänzen die persönliche Beratung perfekt und ermöglichen es, mehr Zeit in die individuellen Reisewünsche unserer Kundinnen zu investieren. So hilft Technik, persönliche Beratung noch persönlicher zu und damit erfolgreicher zu machen“, so Repschinski.

Die Investitionen in Technik und Qualität zeigen Wirkung: „Das vergangene Geschäftsjahr haben wir mit einem satten Umsatzwachstum abgeschlossen. Dieser Erfolg basiert auf dem unermüdlichen Einsatz unserer mobilen Reiseberaterinnen und Reiseberater. „Die TLTU bleibt klar auf Wachstumskurs – mit einem klaren Fokus auf Innovation, Qualität und enger Zusammenarbeit.“, sagte Repschinski abschließend.

TLTU will auch 2025 weiter durchstarten. Mit dem 20-jährigen Jubiläum auf der Mein Schiff 7 im Mai 2025 steht ein besonderes Highlight bevor. Zu dieser, aus dem besonderen Anlass als Family & Friends-Event konzipierten, Jubiläumstagung haben sich bereits über 700 Teilnehmerinnen und Teilnehmer angemeldet.

TUI GROUP
Unternehmenskommunikation
TUI GROUP Corporate & External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

www.tuigroup.com
www.tui.com

Diese Meldung sowie Bilder finden Sie auch im Pressebereich unter www.tuigroup.com.

Seite 2 von 2

Ansprechpartner

Jakob Märtens, presse@tui.de