

Medium: fvw

Titel: Service für Ryanair?

Datum: 12.08.08

Seite 19

fvw

Service für Ryanair?

Der Kölner Unternehmer Andreas Diederich betreibt das Ryanair-Call-Center für weite Teile Europa und liefert dabei einen Spagat in Sachen Dienstleistung ab.



Die AIC-Kunden

Service von knapp bis sehr üppig

AIC arbeitet als Call-Center-Dienstleister, übernimmt Vertrieb und Marketing sowie Backoffice-Dienstleistungen.

■ **Afriqiyah Airways:** Hub in Tripolis. Verbindet westafrikanische Städte mit europäischen Zielen, darunter Düsseldorf.

■ **Etihad Airways/Etihad Guest:** Hub in Abu Dhabi. Schnell wachsende Airline. Hat 24 Superjumbos Airbus A-380 bestellt. Ziele im deutschsprachigen Raum

sind Frankfurt, München und Genf. Extrem serviceorientiert.

■ **Ryanair:** Nach Passagieren die größte europäische Billigfluggesellschaft. Die Flotte umfasst 166 Boeing B-737-800, weitere 135 sind fest bestellt. Ryanair drückt Kosten, wo immer es geht, um niedrige Flugpreise zu bieten.

■ **TUIfly/Blue Miles:** Entstanden aus HLX und Touristikflieger Hapagfly. Verfolgt inzwischen wieder ein serviceorientiertes Produktkonzept.

Zwei Call-Center-Mitarbeiter, zwei Welten. Die eine fertigt ruck, zuck einen Ryanair-Passagier nach dem anderen ab und ist bereits beim achten Telefonat, als ihr Kollege endlich eine umfangreiche Beratung und Umbuchung für eine fünfköpfige Familie aus Abu Dhabi abschließt. Beide sind bei Andreas Diederichs Airline Industry Consultants (AIC) angestellt. Beide arbeiten in Köln, aber nicht im selben Büro.

Der Unterschied könnte nicht größer sein: Hier die Fluggesellschaft aus Abu Dhabi, deren Vielflieger jeden erdenklichen Service bekommen, dort die irische Ryanair, deren Service nach dem Ticketverkauf endet. Diederich managt beides. Er ist der Auffassung, dass Call Center künftig wieder verstärkt von Deutschland als von Irland oder Indien aus arbeiten.

„Bei Ryanair müssen bestimmte Telefonate nach weniger als zwei Minuten abge-

schlossen sein. Bei Etihad dürfen komplizierte Umbuchungen auch mal 20 Minuten in Anspruch nehmen, Full Service eben.“ Dabei können die AIC-Mitarbeiter auch mal gegen die Ticketregeln verstoßen. „Gute Kunden dürfen alles“, fasst Diederich die Service-Philosophie der Airline zusammen.

Die Anrufe für Ryanair laufen in einem zweigeschossigen Gebäude – nur zehn Autominuten von der AIC-Zentrale entfernt – auf. Dort arbeiten 75 Mitarbeiter. „Man kann einen Mitarbeiter gleichzeitig für beide Airlines einsetzen“, erläutert der AIC-Chef. Die Buchungssysteme der Low Cost Carrier sind sehr ähnlich. Viele nutzen die Lösungen der US-IT-Schmiede Navitaire.

„Ryanair hat einen ganz eigenen Kundenquerschnitt.“

Andreas Diederich, geschäftsführender Gesellschafter AIC

Doch die Service-Vorgaben und -Abläufe unterscheiden sich so grundlegend, dass ein Umschalten zwischen den Extremen Ryanair und Ethiad kaum möglich ist.

AIC ist für einen Großteil Europas zuständig. Nur in Großbritannien und Irland betreibt Ryanair den Service selbst. Die Mittelmeerländer deckt ein italienischer Unternehmer ab, der ein Ryanair-Call-Center in Rumänien betreibt. Schon deshalb muss AIC vielsprachige Mitarbeiter beschäftigen. Mindestens drei Sprachen müssen seine Mitarbeiter fließend und gut sprechen. Schon die Betreuung eines Kunden mit baden-württembergischer Mundart durch einen sächselnden Mitarbeiter ginge nicht, meint Diederich.

Die Ryanair-Kunden stört der knappe Service in der Regel wenig. Sie erwarten nicht mehr. „Ryanair hat einen ganz eigenen Kundenquerschnitt, der sich komplett von dem anderer Airlines unterscheidet“, hat Diederich, selbst passionierter Bahnfahrer, beobachtet.

Er kann gut vergleichen, denn er betreibt auch das Call Center für TUIfly in Hannover. Vor zweieinhalb Jahren hat er 40 Mitarbeiter in eigener Regie übernommen und damals den Auftrag für HLX und später Hapagfly erhalten. Heute ist Hannover sein größter Standort mit 110 Mitarbeitern.

In Deutschland lohnt sich der spezialisierte Airline-Service. Diederich ist mit mehreren Interessenten im Gespräch, die teils weit über den Call-Center-Betrieb hinausgehende Leistungen wünschen – bis hin zum kompletten Vertrieb. Derzeit beschäftigt er 240 Mitarbeiter an drei Standorten und peilt für das kommende Jahr einen Umsatz von zehn Millionen Euro an. Debatten über Call-Center-Schließungen etwa bei der Deutschen Telekom stören ihn wenig. Er ist für sein 1994 gegründetes Unternehmen zuversichtlich, das sich als Spezialist im Reisebewerbe positioniert hat.

Als Ryanair-Lieferant hat Diederich auch schon den Kostendruck aus Dublin zu spüren bekommen. Er hat dem widerstanden. Dennoch heißt es, neue Kunden zu gewinnen, um nicht erpressbar zu werden. Seine Mitarbeiter werden es ihm danken. Passagiere im Zwei-Minuten-Rhythmus am Telefon abzuhandeln ist ein aufreibender Job. fvw