



01



02



Diko-Reisen ist experimentierfreudig: In die groß-
en, neuen Räume in Köln ist eine Galerie integriert.

Kunst als Kundenmagnet

■ Evangelos Kouklinos ist ein Macher. Einer, der seine Ideen ausprobiert. Und auch mal was riskiert. Als vor einiger Zeit klar wurde, dass der Inhaber von Diko-Reisen und sein Team mit dem Ladengeschäft unweit des Kölner Doms umziehen müssen, suchte er eine ganze Weile nach einem geeigneten Domizil. Und verlor sein Herz schließlich an 180 Quadratmeter große Galerieräume.

Seit Ende April arbeiten er und seine acht Mitarbeiter (inklusive Auszubildenden und Teilzeitbeschäftigten) nun in eben diesen Räumen in der Ko-

mödienstraße in Köln – in Deutschlands erster Reiseagentur mit angeschlossener Kunstgalerie, so Kouklinos stolz. Typische Reisebürowerbung und Regale voller Kataloge sehen Kunden hier nicht. Stattdessen laden derzeit Fotografien von Holger Zimmermann zum Betrachten und Verweilen ein. Im August wird Tatjana Servais, Fotodesignerin und -journalistin, die am New York Institute of Photography studierte, ihre Werke zum Thema New York präsentieren. Regelmäßig alle zwei Monate sollen künftig neue Ausstellungen Gäste und

potenzielle Kunden für Diko-Reisen gewinnen, so der Plan. »Die Überlegung war, wie wir Kunden mehrfach im Jahr kontaktieren können, ohne penetrant zu wirken.« Ein Vertrag mit der Galerie Christian Nagel mit Sitz in Köln und Berlin sichert, dass von September an »hoffnungsvolle Absolventen der Kunsthochschulen in Köln und Düsseldorf« ihre Arbeiten im durch ein Oberlicht erhellten, großzügigen Ausstellungsraum präsentieren.

»Die Galerie übernimmt das Marketing, wir übernehmen die Kosten für den Transport

der Bilder und stellen die Räume«, erläutert der Betriebswirt Details der Zusammenarbeit. Den Erlös verkaufter Werke teilen sie. Kouklinos rechnet allerdings für die nächsten drei Jahre mit einem Non-Profit-Geschäft. Primäres Ziel für ihn sei es, »hochkarätige« Kunden fürs Reisegeschäft zu gewinnen. In seiner Agentur, in der er »Wohlfühlberatung in ungewöhnlichem Ambiente« bieten will, sollen zudem Kundenabende, Matineen, Lesungen, Konzerte und andere Veranstaltungen stattfinden, verrät der 45-Jährige. Zudem hat er eine



03



04

Reiseverkauf in ungewöhnlichem Ambiente: Inhaber Evangelos Kouklinos (Foto ganz links) gestaltet seine neuen Geschäftsräume mit Fotokunst und trendiger Einrichtung

bude«. Auch eher traditionelle Aktionen kommen zum Einsatz. Ein pinkfarbenes Fahrrad mit Katalogen im Körbchen ist unweit der Agentur an einem Laternenpfahl angekettet. Es gab auch schon Muffins vor der Tür, bald vielleicht eine Kaffeemaschine, sodass Passanten auf den Sitzkissen vor dem Schaufenster eine Pause einlegen können – und ins Gespräch kommen. »Wir müssen die Menschen vor der Tür abholen«, sagt er.

Neben dem stationären Vertrieb setzt er auf weitere

Absatzwege. So organisiert Kouklinos »günstigen Abverkauf« über www.DerReisemacher.de im Internet, spezialisiert auf Kreuzfahrtbuchungen ist der Internetauftritt www.LustaufSchiff.com. Und auf Facebook präsentiert der umtriebige Inhaber das selbstständige Reisebüro nebst Galerie mit Buchungstool. Diese Internetaktivitäten will er – obwohl im Auf- und Ausbau kosten- und arbeitsintensiv, wie er sagt – weiter vorantreiben. *Tanja Ronge*

www.diko-reisen.de
www.DerReisemacher.de
www.LustaufSchiff.com

Kooperation mit dem Taschen-Verlag abgeschlossen, dessen Bücher über Kunst, Architektur, Design, Film und Fotografie in der Agentur erhältlich sein werden.

Die Idee zum neuen Konzept, mit dem er sich endgültig vom »klassischen Reisebüro« verabschiedet, wie er sagt, entwickelte Kouklinos mit seinem Team, unterstützt von Innenarchitekt Roman Seissler. Originell geschwungene Countermöbel aus handbearbeitetem Holz und Designerstühle betonen diesen Anspruch. Im Eingangsbereich schafft Wechsellichtbeleuchtung verschiedene Stimmungen. Im Backoffice sitzen die Mitarbeiter gemeinsam an einem großen Holztisch, »ein Tisch, an dem alle miteinander kommunizieren«.

»Wir wollen signalisieren, dass der Mensch im Mittelpunkt steht, nicht die Marke« erklärt er den Verzicht auf

Werbung. Deshalb sind die Kataloge diskret im Schrank untergebracht. »Die meisten von uns beraten übers System, ich selbst nehme kaum einen Katalog in die Hand«, sagt Kouklinos, der als Trainer beim Königsteiner Management Institut (www.kmi-gmbh.de) arbeitet und Seminare abhält. Auch die Beratungssituation soll sich flexibel gestalten: Wer mag, kann sich auf einem der im Ausstellungsraum verstreuten Kissen niederlassen und mit fachlicher Unterstützung seinen Urlaub planen, unterstützt vom I-Pod-Touch.

Kreative Aktionen.

Unter dem Stichwort »Guerrilla-Marketing« wollen er und sein Team wie bereits am alten Standort mit ungewöhnlichen, kostengünstigen Aktionen auf die Agentur aufmerksam machen. »Kreativität ist wichtig«, betont er. »Wir sind eine Ideen-

PAYBACK Punkte

die Antwort auf Rabattanfragen!



Unsere Partneragenturen sind begeistert: PAYBACK hilft bei Rabattanfragen!

„Rabattanfragen wird es immer geben, aber wir haben endlich eine Antwort – PAYBACK.“

meinreisespezialist
Reisebüro Meyer | 76275 Ettlingen

Jutta Meyer

rtk Reisebüros können jetzt richtig punkten!

Nutzen auch Sie Deutschlands größtes Bonusprogramm für Verkaufsgespräche! Setzen Sie PAYBACK aktiv in Ihrem Reisebüro ein – und beantworten Sie Rabattanfragen ganz einfach.

Mehr Infos unter: www.rtk-reisen.de
 Fragen und Anmeldung: payback@rtk-deutschland.de



rtk
mein Reisebüro