



Geschäftliche Liaison:
Promi-Coiffeur Gerhard Meir und Luxusreise-
chefin Marion Aliabadi.
Rechts: fvw-Redakteu-
rin Karin Lindner.

Waschen, Legen, Buchen

Karin Lindner

Zufall? „Nein!“ Marion Aliabadi schüttelt ihren kurzen Blondschoopf und schwingt sich lässig auf einen Friseurstuhl. „Ich glaube nicht an Zufälle“, resümiert die Chefin von Designreisen über die nicht geplante, letztlich aber geniale Shop-in-Shop-Idee: Sie verkauft Luxusreisen in den Räumen des Salons Le Coup des Münchner Promi-Friseurs Gerhard Meir. „Es war eine der Chancen und Herausforderungen, die uns das Leben manchmal bietet – und die habe ich genutzt“, erzählt die temperamentvolle Enddreißigerin.

FOTOS: ANDREA SCHICK-ZECH

Die Gemeinschaft begann 2004, als Aliabadi dringend Büroräume suchte – und

bei ihrem Neukunden Meir gerade welche frei waren. „14 Tage später war ich eingezogen“, sagt die Geschäftsfrau, die schnelle Entscheidungen liebt. Ihr Kalkül: Die finanzkräftige Klientel von Meir gönnt sich nicht nur regelmäßig einen schön gestylten Haarschnitt, sondern reist auch gern. Praktisch also, wenn die Kunden auf dem Weg in den Salon das Café von Designreisen passieren, wo verführerisch edle Reisebroschüren locken und ihr Team mit Rat und Tat rund ums Reisen zur Stelle ist.

Glück hatte die Münchnerin bereits zu Beginn ihrer Karriere. Als sie die Ausbildung bei Caribbean Holidays begann, steckte man sie gleich in die Abteilung Exklusive Reisen. „Ein Thema, das mich

schon damals brennend interessierte“, sagt die Geschäftsführerin. Auch zu dieser Zeit war sie entschlossfreudig. Als eines Tages das Telefon klingelte und alle beschäftigt waren, griff Azubi Marion zum Hörer – und hatte kurz darauf eine Luxusreise nach Barbados im Wert von 30.000 DM verkauft. „Meine Chefin fiel fast vom Stuhl, als sie den Auftrag sah“, blitzen Aliabadis graue Augen amüsiert.

Ihr Erfolgsgeheimnis: Der Kunde wollte in die Karibik reisen – und da kennt sie sich aus. Schließlich lebte die Münchnerin in ihrer Kindheit und Jugend zeitweise auf Curaçao, der Heimat ihrer Mutter Bertica. Ihr reiselustiger Vater Jürgen nahm sie oft mit auf seine vielen Inselausflüge. Die schnelle Buchung machte ihr auch klar:

Tischgespräch mit **Marion Aliabadi**, Geschäftsführerin Designreisen

Wissen ist Verkaufsmacht – eine Erkenntnis, die die Designreisen-Chefin zum Geschäftsprinzip erhoben hat. „Wir verkaufen nur das, was wir persönlich kennen.“ Deshalb sind Aliabadi und ihre Mitarbeiter ständig weltweit unterwegs und tauschen regelmäßig untereinander ihre Erfahrungen aus. „Im Büro, auf gemeinsamen Wochenendreisen – manchmal bei mir zu Hause“, erzählt die Luxusexpertin aus dem Alltag. Dann ist auch ihr Ehemann Robert mit von der Partie, der passend zum Reisetema des Abends ein Menü zaubert.

Teamegeist und prima Klima im Büro sind für Aliabadi eine wichtige Geschäftsgrundlage. Wie erfolgreich sich dies auf die Arbeit auswirkt, lernte die Münchnerin während ihrer Zeit bei MTM Reisen. „Mein Chef Helmut Rainalter brachte immer eine positive Stimmung ins Büro und tat alles, um das Engagement und die Kreativität seiner Mitarbeiter zu fördern“, erinnert sich Aliabadi gern. Dieses Erfolgskonzept setzt sie in ihrer eigenen Firma um. „Bei uns sind alle Chefs mit extremer Eigenverantwortung“, sagt sie. Jeder kann seine Ideen umsetzen, solange am Ende ein gutes Ergebnis steht. Natürlich werden dabei auch Fehler gemacht. „Aber davon können wir alle lernen“, so die Geschäftsführerin.

Aliabadi gab auch sofort ihrem Kollegen Christoph Berner grünes Licht, als dieser 2006 von der Luxusmesse ILTM in Cannes einen Vorschlag der besonderen Art mitbrachte: Die ab 2009 geplanten Weltraumflüge von Virgin Galactic des briti-

schen Unternehmers Sir Richard Branson in Deutschland exklusiv zu vermarkten. Designreisen bewarb sich um den Auftrag und erhielt den Zuschlag. „Das Interesse der Leute ist sehr groß, wir haben bereits drei Buchungen für den Weltraumtrip erhalten“, freut sich Aliabadi. Etwas zu vermitteln, das es noch nicht gibt, ist für sie eine besondere Herausforderung. „Aber man muss auch mal etwas riskieren“, so ihr Credo.

Das Schicksal und nicht der Zufall führte das Ehepaar Aliabadi auch mit dem Sportmoden-Zar Willi Bogner und seiner Frau Sonia zusammen. „Sie erzählten uns viel von ihren zahlreichen spektakulären Reisen rund um die Welt“, sagt die Firmenchefin. Bis ihr Ehemann und Marketing-Spezialist Robert eines Tages auf die Idee kam, es sei doch sinnvoll, diese besonderen Sport- und Golfreisen öffentlich zu vermarkten. „Seit einem Jahr vertreten wir nun erfolgreich Bogner Travel“, berichtet Aliabadi nicht ohne Stolz.

Ständige Herausforderungen prägen auch den normalen Alltag. „Etwa wenn Stammkunden kurz vor Weihnachten einfliegt, nach Brasilien zu reisen, und alle Flüge ausgebucht sind“, sagt die Geschäftsführerin. Dann glühen die Telefondrähte bei Designreisen, und die Nerven sind extrem gespannt. „Aber dank unserer guten Connections schaffen wir es meist, die gewünschten Plätze zu bekommen.“ Ohne Netzwerk geht nichts in der Branche, weiß Aliabadi aus Erfahrung. Die guten Kontakte halfen ihr auch, kurzfristig ein China-Visum für eine Stammkundin zu erhalten, die bereits beim Check-in am Airport stand.

Jetzt sucht die Designreisen-Chefin neue Herausforderungen. „Meine Philosophie ist, ständig neue Dinge zu entwickeln und nie stehen zu bleiben.“ Demnächst will sie in der Nähe vom Le Coup ein zweites Büro mit völlig neuen Dimensionen eröffnen. „Hier werden Reisen mit allen fünf Sinnen verkauft“, verrät sie. Die Urlauber sollen in einem besonderen Ambiente emotional auf ihre Reise eingestimmt werden. Aliabadi ist sicher: Es wird nicht die letzte Geschäftsidee sein. **fvw**

Vita

5. 11. 1969 geboren in München

1976 bis 1990 Schulausbildung und Fachabitur an der Fachoberschule München

1991 - 1993 Reisevertriebskauffrau bei Caribbean Holiday und ITO Reisen, München

1993 - 2000 Aufbau der Deluxe-Reiseabteilung bei MTM Reisen. Danach ein Jahr bei Gala Exklusiv-Reisen.

2001 Start und Aufbau von Designreisen

Marion Aliabadi ist verheiratet.



zu Ende gedacht

Mein Lebensprinzip ist, ...

... die Herausforderungen im Leben immer positiv und optimistisch anzunehmen.

Ich stelle mich gern neuen Aufgaben ...

... weil sie den Horizont erweitern und man mit jeder Aufgabe wachsen kann.

Richard Branson ist für mich ...

... eine faszinierende Persönlichkeit, die trotz des Erfolgs menschlich geblieben ist.

Luxusreisen haben Zukunft, weil ...

... es immer Menschen gibt, die sie sich leisten können und Wert auf Service legen.



Hochglanzbroschüren aus eigener Produktion sollen Kunden für Luxusreisen begeistern.