

# Mit Mut und Herz

**Steffi's Urlaubsoase:** Unabhängig, engagiert und humorvoll zum Erfolg



Foto: sus. atrous.achting

Legt für ihre Kunden sogar ein eigenes Magazin auf: Stefanie Galilaa aus Aichach

**Aichach.** Stefanie Galilaa ist eine mutige, junge Frau. Gerade einmal 27 Jahre alt, feiert sie am 1. Juli das zweijährige Jubiläum ihres eigenen Reisebüros mit einem festen Stamm von rund 1.000 Kunden. Und spielt schon jetzt mit dem Gedanken, in den nächsten Jahren eine zweite Agentur zu eröffnen. Nur 26.000 Seelen zählt das bayerische Aichach – im Schnitt 3.250 potenzielle Kunden für jedes der acht Reisebüros vor Ort. Dennoch hat Galilaa vor zwei Jahren den Sprung ins kalte Wasser gewagt, nachdem sie etwa ein Jahr lang zusätzlich zum Expedienten-Dasein in eigener Regie von zuhause aus die ersten Reisen verkauft hat: „Ich bin eine Vollbluttouristikerin“, sagt sie voller Begeisterung für ihren Job. Kein Wun-

der, dass bereits in den ersten beiden Tagen nach der Eröffnung von „Steffi's Urlaubsoase“ rund 500 potenzielle Kunden den Weg in die Aichacher Hubmannsstraße fanden.

Mittlerweile hat Galilaa eine Mitarbeiterin und verkauft vor allem Gruppen- und Vereinsreisen, viele davon im gehobenen Segment. Ihre Agentur ist der

**WIR SIND EINFACH ANDERS  
URLAUBSOASE.NET**

Schmetterling-Kooperation angeschlossen, die Nähe zu einem der Veranstalter sucht die Chefin aber nicht. „Ich will unabhängig bleiben“, erklärt sie. Für ihre Kunden will Galilaa das beste Angebot auswählen, „ohne Margendruck

im Hinterkopf“. Derzeit seien vor allem Reisen nach Griechenland und auf das Spanische Festland gefragt. Bulgarien könnte besser laufen.

Persönlich ist Galilaa begeisterte Sardinien-Touristin. „Wenig Tourismus, wunderschöne Strände, tolle Hotels und abwechslungsreiche Landschaften“ machten ihr Traumziel aus. Aber auch sonst zeigt sich die Fachfrau interessiert: „Ich reise, so oft es geht – man muss schließlich wissen, was man verkauft“, sagt sie. Auch die neue Aida Diva habe sie schon selbst getestet. Ergebnis dieser Erfahrungen ist ein Hochglanz-Reisemagazin für die Kunden. Enthalten sind in der ersten Ausgabe selbstverfasste Reportagen von Reisen nach Sizilien, ins spanische Jerez de la Frontera sowie nach Bali. Bei Erfolg soll das Magazin künftig viermal im Jahr erscheinen.

„Die beste Werbung sind jedoch nach wie vor guter Service und Mund-zu-Mund-Propaganda“, ist die Reisebüro-Chefin überzeugt. „Wenn man eine gute Beratung bietet und automatisch Preise vergleicht, ohne dass der Kunde darauf hinweisen muss, hat man schon die halbe Miete“, glaubt sie. Neutralität und Offenheit seien dabei das A und O: „Wir behandeln jeden Kunden gleich. Egal, ob er viel oder wenig Geld ausgeben möchte“.

Dementsprechend lauten auch ihre Ziele: Trotz des angepeilten zweiten Bares – im Umkreis von 30 Kilometern – soll Steffi's Urlaubsoase so „klein und kuschelig bleiben“ wie sie derzeit ist.

■ SUSANNE FREITAG