



DANIEL MARX
UNIQ GmbH

„Freund und Helfer für den Reisesuchenden“

Es klingt fast zu schön, um wahr zu sein: Traumurlaube zu Traumpreisen. Doch für Daniel Marx, Geschäftsführer der UNIQ GmbH, ist genau das der Grundstein für den unternehmerischen Erfolg. Mit dem Reiseportal Urlaubsguru vermittelt er exklusive Reisen, die man selbst so nicht findet – und hofft auf die Zeit nach Corona.

Prof. Dr. Jo Groebel: Herr Marx, Ihr Motto „Wenn man jeden Tag macht, was man gerne tut, empfindet man das nicht als Arbeit“ ist das Leitprinzip für Ihr Unternehmen von Anfang an. Sie gründeten die UNIQ GmbH nämlich 2012 mit einem Freund zusammen, laut eigener Aussage als eine Art Hobby. Heute ist aus diesem Hobby eine erfolgreiche Firma geworden.

Daniel Marx: Auch wir haben natürlich schon einmal herausfordernde Zeiten. Also nicht alles nur ein Glückskeksleben. Aber grundsätzlich müssen wir uns nicht jeden Montag widerwillig zur Arbeit schleppen. Wir haben seit der Gründung viele große Schritte nach vorne gemacht. Aber natürlich mussten wir auch die eine oder andere Lektion lernen. Vor allem die Auswirkungen der Maßnahmen zur Bekämpfung des Coronavirus haben uns vor große Herausforderungen gestellt. Im Nachhinein ist man immer klüger, entscheidend ist, immer bereit zu sein, dazuzulernen und auch vor unangenehmen Entscheidungen nicht zurückzuschrecken.

Interessant ist, dass man beim deutschen Mittelstand meiner Erfahrung nach deutlich anders damit umgeht als zum Beispiel amerikanische Großunternehmen.

Ich will zwar die Kirche im Dorf lassen, aber es stimmt schon, in deutschen Firmen, besonders im Mittelstand, legt man viel Wert auf die guten alten Tugenden Disziplin, Perfektionismus, aber auch Loyalität gegenüber den Mitarbeitern. Bei Fehlerkultur und Perfektionismus zumindest können wir noch von den USA lernen. Solange man bereit ist dazuzulernen, ist ein Scheitern auch eine Chance und nicht Stigma fürs Leben. Das heißt nun nicht, dass man Fehler regelrecht aufsuchen sollte. Die deutschen Tugenden sind schon sehr vorbildlich.

Diese Einstellung hat auch mit Ihrer beruflichen Herkunft zu tun.

Ganz recht. Als gelernter IT-Ingenieur mit einer Zwischenstation bei einem der größten europäischen Anti-Viren-Softwareentwickler in Bochum habe ich erlebt, dass selbst bei großer internationaler Konkurrenz immer noch das Label „Made in Germany“ höchstes Ansehen genießt. Das verschwindet nicht mal so von heut' auf morgen.

Soweit ich weiß, hat der Firmenname etwas mit Ihrem Herkunftsort Unna zu tun ...

Mein Firmenpartner und ich sind vor mehr als drei Jahrzehnten im dortigen Kreis geboren und immer in der Gegend geblieben. Und auch gerne geblieben, wie es der Unternehmensname signalisiert. Zugleich deutet er auch auf unsere Einmaligkeit hin, das englischsprachige „uni-

que“. Wir wollen also lokal agieren, dabei internationale Maßstäbe setzen und uns auch an entsprechenden smarten Standards orientieren.

Können Sie uns mehr über Ihr Kerngeschäft und die UNIQ GmbH erzählen?

Unser Gemeinschaftsprinzip ist bei den von uns betriebenen Portalen die Kombination aus Zeit und hoher Effizienz, also konkret zum Beispiel beim Reiseportal Urlaubsguru der jeweils kürzeste, nicht der billigste Weg zum Ziel und zugleich der beste „Deal“, also der beste Preis für die höchste Qualität. Wir sind nicht die Schnäppchenanbieter, sondern eher das Designer Outlet, wie es jemand einmal treffend beschrieb. Wir bieten durchaus das Fünfsterne-Domizil auf den Seychellen, dies dann aber zum günstigsten Preis. Ganz wichtig zudem: Wir haben keine bindenden Verträge mit Reiseveranstaltern, können immer autonom die jeweils besten Optionen liefern.

Bei den Millionen von Reiseangeboten also eine Art Gatekeeper, eine vertrauenswürdige, unabhängige Instanz, die als Vorauswahl die Spreu vom Weizen trennt?

Kann man so sagen. Wir leiten nach unseren Qualitätskriterien die Kunden auf die jeweils besten Angebotsseiten. Und dies „händisch“ an 364 Tagen im Jahr, nur den ersten Weihnachtstag geben wir uns frei. Es gibt immer die persönliche Vorauswahl. Den Vertrag schließen die Kunden schließlich mit dem Reiseanbieter selbst. Wir sind dabei Vermittler im B2C-Bereich, also für die Endverbraucher.

Also keine rein algorithmische Prozedur.

Das Digitale setzen wir natürlich als Hilfsmittel ein, unser Kern ist aber das Persönlich-Personalisierte. Unsere Erfahrung bringt in die Millionen von Angeboten eine hoch-selektive, individualisierte Auswahl ein, die dem einzelnen Menschen optimal gerecht werden soll. Unter normalen Umständen schaffen wir so wöchentlich 20 bis 30 absolute Top-Deals. Gerade das Urlaubsgeschäft ist dabei sehr heikel, Enttäuschungen können besonders verheerend wirken. Unsere Mission ist es, diese gegen Null gehen zu lassen. Dabei ist unsere Kernkompetenz die Urlaubskomposition für ganz viele Menschen.

Es erinnert mich an die gute alte Funktion der klassischen Reisebüros, die persönliche Betreuung, das Kennen der Kunden ...

Wir helfen nicht zuletzt denen, die nicht stundenlang mühselig im Netz umherirren wollen, um das beste Angebot zu machen. Wir sind vielmehr vertrauenswürdige Partner für die, die effizient das Beste suchen, aber auch für die, die schon selbst gute Vorerfahrungen haben und nur noch letzte Entscheidungshilfen wünschen.



Von der einfachen Reiselust zu einem internationalen Online-Reiseportal: Urlaubsguru schickt Kunden für wenig Geld um die Welt.

Und Reisen selbst hat sich geändert.

Heute geht der Trend eher zu mehreren kürzeren Reisen statt des einen sehr langen Jahresurlaubs.

Gibt es eine Art empirisch erfasste Typologie der Reisenden?

Wir sind sehr präsent auf Instagram bei den unter 30-Jährigen, auf Facebook bei den etwas Älteren und über unseren Newsletter bei den über 50-Jährigen, und natürlich setzen wir auch Umfragen ein. Das Ergebnis: Der durchschnittliche Bucher ist zu fast 75 Prozent weiblich, eher emotional orientiert, vor allem aber ist die Frau die Hauptentscheiderin, wenn es um private Reiseziele geht. Da hilft unsere stark auf Bildsprache hin ausgerichtete Kommunikation.

Haben Sie regionale Schwerpunkte?

Immer noch das Ruhrgebiet und NRW, zunehmend alle deutschen Metropolen und Ballungsgebiete. Viel Potenzial sehen wir künftig in Ostdeutschland aufgrund guter Flughäfen und einer hohen Reismotivation.

Und im Virtuellen fällt Ihre hohe Social-Media-Präsenz auf. Allein sieben Millionen Follower auf Facebook und elf Millionen Besuche auf Ihren Webseiten pro Monat.

Die Zahlen stimmen, gelten international, einschließlich unserer globalen Repräsentanzen.

Vielfach wird allerdings beklagt, dass die Reiseportale einen immer höheren Anteil am Umsatz abgreifen und für die Hoteliers oft kaum noch etwas übrig bleibt.

Leider haben sich da viele auch zu schnell unter Druck setzen lassen, haben ihre Zimmer teils unter Selbstkosten angeboten, und das bei Provisionen von bis zu fünfzehn Prozent für einige internationale Portale. Wir liegen mit acht bis achteinhalb Prozent deutlich unter zehn, und das für eine hoch individualisierte Arbeit. Die Margen sind in anderen Branchen deutlich höher. Etliche unserer indirekten Wettbewerber arbeiten zugleich mit Dauerverlusten und legen jedes Mal drauf. Dass im Tourismus alles sehr knapp geplant und kalkuliert ist,

zeigt die aktuelle Coronakrise. Auch Urlaubsguru bleibt dabei nicht verschont. Mit der Aufnahme eines Kredits konnten wir aber die unmittelbare Zukunft des Unternehmens absichern.

Werte spielen also bei Ihnen eine wichtige Rolle?

Zentral steht für uns die Verantwortung, auch wenn wir natürlich nicht immer nur missionarisch, moralisch und weltverbessernd unterwegs sein können. Die Richtung muss aber stimmen. „Geiz ist geil“ kann nicht die Ultima Ratio sein.

Wie sehen Sie die Diskussion über die Abschaffung der Privatreisen aus Gründen des Klimaschutzes?

Das steht doch nicht wirklich zur Debatte. Neben dem genannten Wirtschaftsfaktor für viele Weltregionen darf man auch nicht die Dimension des Kennenlernens anderer Kulturen, anderer Menschen vergessen. Reisen bereichert das Leben und trägt zu mehr Toleranz bei.

Welchen Mix haben Sie hier im weiteren Zusammenhang der Fernreisen?

Die Traumreisen zu exotischen Zielen stehen bei uns im „Schaufenster“. Verkaufen tun wir dann aber auch sehr intensiv Destinationen in

VITA

Daniel Marx wurde 1985 im nordrhein-westfälischen Unna geboren und ist der Stadt bis heute treu geblieben. Er studierte „Sicherheit in der Informationstechnik“ an der Ruhr Universität Bochum. 2012 rief er mit Daniel Krahn das Online-Reiseportal Urlaubsguru ins Leben, während er noch in Vollzeit als Software-Ingenieur arbeitete. Bereits ein Jahr später beschloss er, sich hauptberuflich Urlaubsguru zu widmen. Mehrere internationale Holidayguru-Ableger folgten in europäischen Ländern. Versammelt sind alle Marken unter dem Dach der UNIQ GmbH. Aus dem Zwei-Mann-Projekt entstand ein Unternehmen mit rund 100 Mitarbeitern. In seiner Freizeit ist Daniel Marx begeisterter Triathlet und verbringt seine Zeit außerhalb des Büros am liebsten mit seiner Familie.

Deutschland mit eigener Anreise. Das hat nach 2018 nochmal deutlich zugenommen. Seitdem sind auch deutsche und europäische Ziele zunehmend attraktiv, bei nicht einmal niedrigeren Preisen. Inzwischen liegen diese Pakete mit Eigenanreise und Hotel einschließlich interessanter Events wie Opernbesuch und Top-Gastronomie bei rund 50 Prozent unseres Portfolios.

Greifen Sie diese Spezialisierung in eigener, systematischer Markenpflege auf, zum Beispiel als Premium Brand?

Wir definieren uns als Freund und Helfer für den Reisesuchenden, dem langwieriges Suchen zu kompliziert ist, der hohe Qualität sowie gute Deals erwartet. Wir haben dabei laut Umfragen ein sehr hohes Markenprestige.

Sehen Sie sich als Mittelständler oder eher als Start-up?

Die Solidität des Mittelstandes, zu dem wir uns inzwischen gerne eher zählen, verbinden wir mit der frischen Anmutung des Start-ups, ohne dessen häufig zu unausgereifte Strukturen. Mut und Frische sollten aber im Unternehmen nie verloren gehen.

Was ist für Sie am deutschen Mittelstand besonders vorbildlich?

Neben der Solidität das Selbstbewusstsein ohne Arroganz. Die Welttoffenheit und vielleicht entgegen dem Klischee eine neutrale Leichtigkeit. Das ist jedenfalls meine Erfahrung nach wenigen Jahren beim BVMW.

Was könnte trotzdem der Mittelstand von Start-ups lernen?

Etwas mehr Mut zu Offenheit gegenüber jüngeren, neuen Strukturen. Es wäre übrigens einfacher, wenn umgekehrt etliche Start-ups auch weniger arrogant auftreten würden. Also bitte mehr gegenseitige Neugier und Bereitschaft, voneinander zu lernen. Davon würden alle profitieren.

Welche Rolle spielt hier der BVMW?

Hier habe ich sehr viel gelernt, konnte zum Teil aus inspirierenden Gesprächen mit erfahrenen Unternehmenschefs bis zu 180-Grad-Drehungen gegenüber früheren Vorstellungen vollziehen und damit das eigene Geschäft erheblich verbessern. Mein Ansinnen ist es, nicht zuletzt durch diese Kontakte, langfristig zu planen und dabei auch die nächste Generation, sprich zunächst meine eigene achtjährige Tochter viel stärker im Fokus zu haben. Bodenständigkeit und diesen Zeithorizont übernehme ich nur zu gerne.

Und all das nach dem Motto eines Teams auf Augenhöhe und einem Belohnungswert, der nicht nur finanziell definiert ist. Gemeinsame Reisen zum Beispiel nach Las Vegas gehören dazu ebenso wie die Work-Life-Balance.

Das Vertrauen und die Treue unserer Kunden sind mindestens ebenso wichtige Belohnungen für uns.

Auch wenn Sie Arbeit und Freizeit gar nicht trennen, was machen Sie in der „echten“ freien Zeit?

Schon mein Großvater und mein Vater haben es gemacht, ich betreibe es selbst begeistert: Triathlon mit dem Ziel, am Iron Man teilzunehmen.

Vielen herzlichen Dank für das Gespräch.

Das Interview hat im Frühjahr 2020 stattgefunden und wurde aktualisiert.



Nicht nur in der Online-Welt vertreten – Urlaubsguru ist offline mit eigenen Stores und auf relevanten Events präsent.



Das Gespräch führte der Medienexperte Prof. Dr. Jo Groebel



UNIQ GmbH

Rechtsform: GmbH

Gründung: 2012

Sitz: Holzwickede (Nordrhein-Westfalen)

Geschäftsführer: Daniel Krahn, Daniel Marx

Mitarbeiter: Rund 100

Umsatz: k. A.

Branche: E-Commerce

Produkte: Urlaubsguru als unabhängiger Reisevermittler für Pauschalreisen, Städtetrips, Flüge, Hotels und private Unterkünfte

Webseite: www.urlaubsguru.de