

# «Eine Reise muss wie ein Gedicht sein»



16

**Carreisen stehen für Billigreisen, Kaffeefahrten und Altersheimausflüge – so das Klischee. Christoph Bühler, Geschäftsleiter von Car Rouge, beschreitet nun mit seiner Unternehmensphilosophie völlig neue (Reise-) Wege.**

VON CHRISTOPH PETERMANN

Heutzutage reist der Erholungshung- rige mit Billigfliegern ans andere Ende der Welt. Er legt sich für ein paar Tage an den Swimming-Pool, der im Tessin wie auf einer Insel im Pazifik identisch ist. Am Abend dann schlürft er seinen Wodka-Orange – der auf Hawaii nicht grossartig anders schmeckt als am Ballermann auf Mallorca. Erstaunt es, dass diese Ferienerlebnisse zurück im Alltagstrott rasch aus der Erinnerung verschwinden?

«Mobilität hat heute keinen Wert mehr», findet Christoph Bühler von «Car Rouge». Der Car- und Reiseunternehmer, der es sich nicht nehmen lässt, auch selber noch ab und zu am Steuer eines seiner Luxus-Busse zu sitzen, gerät in Fahrt. «Wenn mir ein Kunde erzählt, dass er nach einer Reise mit uns ein Jahr davon gezehrt hat, weiss ich, dass ich mein Ziel erfüllt habe», so Bühler. Sein Ziel, das sind «nachhaltige» Reiseerlebnisse. Sehr schnell ist klar, dass der Mann mit Herzblut bei der Sache ist. Für was genau steht das Car-Unternehmen «Car Rouge»?

## Busse wie Flugzeuge

Massentransporte, immer weniger Komfort – Ende der 80er -Jahre reichte es Christoph Bühler. Schon seit mehreren Jahren in der Car-Branche tätig, störte ihn diese Entwicklung und er

setzte genau hier den Hebel an. Er war überzeugt, dass die Fahrt hin und zurück ein wesentlicher Bestandteil zu einem wirklich gelungenen Ferien- erlebnis ist. Gedacht, getan: da damals kein Fahrzeug seinen Kriterien genügte, entschloss sich die Geschäfts- leitung, entsprechende Fahrzeuge zu konzipieren und zu betreiben. 1999 hat «Car Rouge», als eigenständige Marke innerhalb des Unternehmens «Ferienverein», seine Büros und eigene Werkstatt in Kerzers FR bezogen. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen 25 Festangestellte und verfügt über eine Fahrzeugflotte mit 12 Bussen. Und es sind keine gewöhnlichen Cars: Im «Bistro», sprich Unterdeck, verwöhnt eine Hostess den Gast mit Getränken und Snacks, während im Oberdeck der Reisende die an ihm vorüberziehende Landschaft bewundert oder sich bei Musik ab Kopfhörern oder Videofilmen entspannt. Für die Rundreisen in Europa wurden sogar eigentliche «Prestige- Busse» entwickelt: Diese weisen eine Dreier-Bestuhlung mit einer maximalen Anzahl von nur 33 Sitzen auf. «Wenn der Kunde Car Rouge hört, soll er automa- tisch an einen Reise-Standard wie in einem Flugzeug der ersten Klasse den- ken», so Bühler.

«Ganzheitlichkeit» kein Schlagwort Und das Konzept scheint aufzugehen: bar jeglicher grossartiger Werbeaktio- nen, hauptsächlich über Empfehlung ehemaliger Gäste, hat sich das Unter-

nehmen im hart umkämpften Markt etabliert. Allein letztes Jahr organisierte «Car Rouge» 125 Rundreisen in ganz Europa. Und nicht zuletzt buchen Fir- men die prestigeträchtigen Cars der etwas anderen Art: so organisierte zum Beispiel ein Unternehmen anlässlich der Fussball-WM eine Event-Reise mit Erfolgs-Trainer Othmar Hitzfeld.

Aber reichen Luxus-Busse, um «nach- haltige» Reiseerlebnisse zu schaffen? «Das ist mein Leben», hält Bühler fest. Und was wie die obligate Äusserung eines gewieften Öffentlichkeitsarbei- ters klingt, glaubt man Bühler, wenn man ihn im Gespräch erlebt. Er strahlt vor Informationslust und verdeutlicht anhand vieler Anekdoten und Erleb- nissen seine «Mission»: Hätten seine Eltern früher eine Reise gemacht, dann war diese Monate vor- und nachher ein Gesprächsthema – und eine äh- nliche Reise-Begeisterung wolle er bei seinen Kunden wecken. Wie erreicht er das? Nun, in dem er zum Beispiel keine «gewöhnlichen» Chauffeure engagiert. «Da müssen Sie Leute finden, die sich für die Kultur und Geschichte Europas interessieren!», hält Bühler fest. «Eine Reise sollte wie ein Gedicht sein, in der von der ersten bis zur letzten Strophe, also vom ersten bis zum letzten Tag, alles stimmt», schwärmt er. Und da brau- che es nicht zuletzt spezielle Mitarbei- ter, ohne die nichts gehe. Teamwork sei in seinem Business alles, so Bühler. Als «begeisterter Europäer» will Büh-

ler den Reisenden zudem das «Ein- tauchen» in eine andere Kultur ermög- lichen. Und erzählt, wie er eine bos- nische Reiseleiterin dazu animierte, seiner Reisegruppe ein besonderes Erlebnis zu bieten. Der Mann besitzt Charisma, es erstaunt nicht, dass die Reiseleiterin einen Tag später die Grup- pe in ihr Heimatdorf führte, in dem sie ungemein herzlich, mit Musik und Tanz empfangen wurden. «Da war der Krieg noch nicht lange vorbei», so Bühler. Die Leute hätten eine «echte» Freude gehabt, dass sich Menschen aus der Schweiz für ihre Situation interessier- ten. «Innerlich han i da fascht mües- se gränne», erklärt Bühler in seinem breiten Berner Dialekt. Und bringt so- fort andere Beispiele: Einmal erhielt er ein Telefon von einem Reisebegleiter, dass die Zimmer eines Hotels nicht in Ordnung seien. Neun Stunden später war Bühler in Bergen, Holland, um per- sönlich einen Augenschein zu nehmen. Bei den Reisen, die er selber begleite, gibt er sich dem Hotelpersonal nie als Chef des Unternehmens zu erkennen. «Ich will wissen, ob alles wie vereinbart organisiert ist und ziehe notfalls meine Konsequenzen», meint er. Reise-Enthu- siasmus Bühler überlässt eben nichts dem Zufall.



Komfort-Erlebnisse der besonderen Art garantiert der Bistro-Bus.



Geschäftsleiter und «Pilot» Christoph Bühler.