

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 64 (1986)
Heft: 1

Artikel: Reisen nach menschlichem Mass : seit 10 Jahren veranstaltet Geri Berz in Wettingen "Ferien für aktive Senioren"
Autor: Rinderknecht, Peter / Berz, Geri
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-721108>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Reisen nach menschlichem Mass

Seit 10 Jahren veranstaltet Geri Berz in Wettingen «Ferien für aktive Senioren»

Rk.: Herr Berz, Ihre Firma wird im kommenden Herbst 10 Jahre alt. Verschiedene Zeitschriften haben schon über Ihr Unternehmen und Ihre Person berichtet. Seit Jahren sind Sie der beste Inseratenkunde der Zeitlupe. Das Jubiläumsjahr ist nun auch für uns Anlass zu einem Gespräch. Wie hat es begonnen:

G.B.: Begonnen hat es in den Jahren 1960/62 in Rom. Als Schweizergardist habe ich damals oft Touristen herumgeführt. Das machte mir viel Freude, so dass ich mich entschloss, in der Reisebranche mein Glück zu versuchen. So arbeitete ich zu Hause in drei Reisebüros und lernte dabei die Branche gut kennen. Aber so richtig glücklich war ich nicht dabei. Ich bin allergisch gegen Abhängigkeit, und so machte ich mich 1974 selbständig. Natürlich begann es mit Rom-Reisen für geschlossene Gruppen von Pfarreien, Vereinen und mit Leserreisen. Das Geschäft ging mässig. Ich suchte nach einer anderen Lösung und wagte den Sprung nach vorn. Am 1. Oktober 1976 gründete ich die «geriberz reisen ag». Ihr Zweck gemäss Statuten: «Durchführung von Ferien und Reisen, insbesondere für aktive Senioren.» Nach gründlicher Vorbereitung plazierte ich vier Wochen vor Ostern 1978 ein halbseitiges Inserat im «Tagblatt der Stadt Zürich»: «Osterferien am Gardasee für Senioren.» Ich hatte 40 Plätze gebucht, 200 Personen meldeten sich am ersten Tag! Damit hatte ich mein Zielpublikum gefunden.

Rk.: War das nun Zufall, Planung oder einfach die «Entdeckung einer Marktlücke?»

G.B.: Besonders wichtig war dabei wohl, dass ich es wagte, ganz bewusst die Senioren anzusprechen. Die Idee fiel mir irgendwie zu.

Rk.: Es war offenbar die richtige Idee zur richtigen Zeit, die beim richtigen Mann gezündet hatte. Wo steht Ihre Firma heute?

G.B.: Danke, ich bin zufrieden.

Rk.: Das sehe ich, wenn ich mich an Ihrem neuen Firmensitz umsehe. Aber unsere Leser würden sicher gerne Genaueres wissen.

G.B.: Im 1. Geschäftsjahr betrug der Umsatz 350 000 Franken, 1985 waren es 12 Millionen mit über 12 000 Gästen, und die Kundenkartei umfasst rund 25 000 Namen. Wir hatten jährliche Zuwachsraten von 40 bis 50 Prozent. Heute verläuft das Wachstum natürlich weniger stürmisch.

Rk.: Worauf führen Sie diese positive Entwicklung zurück?

G.B.: Ich arbeite nach meinem Leitbild.

Rk.: Worin unterscheidet sich diese «Philosophie» von anderen Angeboten?

G.B.: Wir haben einen eigenen Stil, einen eigenen Weg gesucht:

1. Wir sind kein Reisebüro, d.h. keine Reisevermittler, sondern *Veranstalter*. Das heisst, dass man unsere selbsterarbeiteten Angebote nur bei uns buchen kann. Der Direktverkauf spart uns die Reisebüroprovision von 12–15%. Dafür bieten wir dann den persönlichen Kundendienst und weitere Zusatzleistungen.
2. Wir offerieren Ferien und Reisen für *aktive* Senioren. Wir wollen nicht einfach Betreuung von früh bis spät. Unsere Kunden sind unternehmungslustig und selbständig, und wir tun alles, damit die Gäste nicht nur passiv konsumieren, sondern aktiv an der Reise teilnehmen. Wir wollen, dass sich unsere Kunden auf die Reise vorbereiten, und unterstützen sie dabei. Unsere Reiseleiterinnen fördern den Kontakt unter den Gästen. Erst wenn die Mitglieder einer Gruppe unter sich gut auskommen, können sie ja auch Verständnis für die Mentalität der Menschen in anderen Ländern aufbringen. Passive Leute, die nichts mehr selbständig unternehmen wollen oder können, sind bei uns nicht am richtigen Ort.

3. Wir machen günstige *Qualitätsreisen*. Unsere Kunden stellen gewisse Komfort-Ansprüche an Unterkunft, Verpflegung und Transportmittel. Wir halten es also mehr mit der Qualität als mit der Quantität.
4. Besonders am Herzen liegen uns die rund 35 *Reiseleiterinnen*. Es sind lebenserfahrene, freundliche und organisatorisch begabte Frauen, die wir gründlich ausbilden. Wenn ein Mensch im täglichen Leben sich bemüht, sein Bestes zu geben, kann er das auch als Reiseleiter. Er muss es verstehen, den Gast in die Mitte zu stellen, nicht sich selbst. Er muss führen können, und nicht die Gäste herumdirigieren. Kurz: Er muss selbst ein Mensch sein!
5. Meine 13 Büro-Mitarbeiter/innen, die fast alle den KV-Abschluss oder teilweise die Matur haben und 1–2 Fremdsprachen kennen, werden ebenfalls weitergebildet und gut entlohnt. Von den vier Angehörigen des Stammpersonals, das seit fünf Jahren hier ist, sind noch drei da. Das hängt wohl auch damit zusammen, dass ich allen mein Vertrauen schenke und jedem eigene Verantwortung übertrage. Zum lockeren Klima gehört auch, dass sämtliche Mitarbeiter inklusive Chef sich duzen. Respekt und Autorität leiden keineswegs darunter. Unsere Führungsrichtlinien beruhen auf dem Motto: «Führung durch Mitverantwortung.»

Rk.: Das tönt ja recht schön, nahezu ideal. Sie greifen aber noch höher: «Wir wollen unsere Kunden kennenlernen!», hiess es in einem Artikel über Ihr Unternehmen. Warum streben Sie dieses Ziel an?

G. B.: Weil wir so unsere Angebote noch weiter verbessern können. Der direkte Kontakt mit unseren Kunden bringt uns jenes Echo, das wir auf den üblichen Fragebogen nie erhalten würden. Das persönliche Gespräch ist viel spontaner als ein Brief.

Rk.: Und wie erreichen Sie diese direkten Kontakte?

G. B.: Durch eine Idee, die wohl in unserer Branche erstmals realisiert wurde: Es ist die Idee des «Offenen Hauses», in dem wir uns jetzt befinden. Wie Sie sehen, ist das gesamte Erdgeschoss dieses früheren Privathauses auch wie eine Privatwohnung eingerichtet. Hier empfangen wir unsere Besucher. Drei grosse Räume – die Bi-

Das Geri Berz-Leitbild

Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt unserer Tätigkeit.

Besonderen Wert legen wir auf den inneren Gehalt unserer Reisen und eine sinnvolle, ausgewogene Programmgestaltung.

Es ist unser Ziel, qualitativ tadellose, den Leistungen entsprechend preiswerte Reisen zu veranstalten.

Jeder Gast soll sich auf unseren Reisen wohl fühlen, entspannt und geistig wie seelisch bereichert nach Hause zurückkehren.

Wir pflegen in diesem Sinne den Kontakt, das Gespräch und eine gelöste Atmosphäre.

Anerkennung und Bejahung der Gäste sind durch unsere Mitarbeiter stets gewährleistet.

Die Wahl der Hotels, Restaurants, Menüs, Transportmittel und übrigen Leistungen wird mit grosser Sorgfalt vorgenommen.

Offene, objektive und wahrheitsgetreue Information in Programmtexten sowie im mündlichen und schriftlichen Verkehr mit den Kunden ist für uns selbstverständlich.

Fröhlichkeit, Begeisterung und eine positive Lebenseinstellung sind unsere ständigen Begleiter.

Wir versuchen, uns selbst zu verwirklichen.

bliothek, das «blaue Zimmer» und das Wohnzimmer – stehen ihnen für eine Vielzahl von Aktivitäten zur Verfügung.

Am 1. Januar 1985 bezogen wir die umgebauten Büroräume im ersten Stock, und auch der geräumige Estrich im 2. Stock wurde in sehr gemütliche Arbeitsräume umgewandelt. Und im Keller wurden zwei Vorführräume für Dia-Tonbilschauen und Videofilme eingerichtet.

Rk.: Und wie hat die Idee eingeschlagen?

G. B.: Am 1. April 1985 öffneten wir das Haus für die Gäste, und bis Ende Dezember kamen über 2500 Personen zu uns. Natürlich nicht nur einfach so, wir haben ein entsprechendes Pro-

gramm ausgearbeitet. Es umfasst Dia- und Video-Vorträge, Diskussionen, Dichterlesungen, Ausflüge und Spaziergänge in der Umgebung von Baden-Wettingen, Kunstausstellungen, musikalische Darbietungen usw. Dabei werden unter anderem auch aktive Senioren als Referenten, Aussteller und Unterhalter gewonnen; sie führen auch ihre Hobbys vor.

Vor allem aber treffen sich hier zahlreiche Reisetilnehmer. Da werden Erinnerungen und Fotos ausgetauscht, viele informieren sich auch über zukünftige Reiseziele oder schmieden gar schon gemeinsame Ferienpläne. Selbstverständlich offerieren wir unseren Besuchern Getränke und kleine Süßigkeiten. Im Sommer trifft man sich im grossen Garten zum Grillieren, Würstebraten oder einfach zum Wiedersehen, zum Kartenspielen oder zu einer Tasse Kaffee.

Wer immer sich für unsere Arbeit interessiert, steigt in den 1. Stock, schaut unseren Sachbearbeiterinnen zu, erkennt vielleicht gar seine Reiseleiterin darunter. Jede Mitarbeiterin hat ihren monatlichen «Kontakttag», an dem sie die Besucher betreut, ihnen alle Auskünfte und Prospekte gibt. Da kommt es dann auch zum ungezwungenen Erfahrungsaustausch zwischen Reisenden und Mitarbeiterinnen. Wer will, kann natürlich auch gleich eine Reise buchen.

Rk.: Das mutet idealistisch an. Wie finanzieren Sie dieses reichhaltige Programm?

G.B.: Teilweise durch die Einsparungen, die wir durch den Direktverkauf erzielen. Bei den touristischen Informations-Veranstaltungen unterstützen uns auch Fremdenverkehrs-Organisationen, Hotels und Fluggesellschaften. Einen weiteren Teil der Kosten bestreiten wir von unserem Werbebudget.

Rk.: Wie kamen Sie auf dieses Konzept des «Offenen Hauses»?

G.B.: Durch mein Leitbild, in dem ich von Anfang an den Menschen in den Mittelpunkt meiner Tätigkeit stellte. So entstand das «Offene Haus», wo jedermann jederzeit andere Menschen treffen und neue Kontakte finden kann.

Rk.: Könnte man Ihnen nicht vorhalten, dass das «Offene Haus» eine besonders raffinierte Form der Kundenwerbung darstelle?

G.B.: Sicher geht es auch um Kundenwerbung. Aber diese Werbung ist offen und ehrlich, und jeder kann sich bestens informieren und auch

frei entscheiden. Wir manipulieren niemanden. Wenn man weiss, wie heutzutage teilweise geworben wird, so ist dies meiner Meinung nach geradezu ein Idealfall. So sollte die Werbung überhaupt sein!

Rk.: Welche Veränderungen haben Sie in den letzten Jahren bei Ihren Kunden festgestellt?

G.B.: Sie wirken jünger, lebhafter, aktiver, anspruchsvoller, haben auch mehr Geld zur Verfügung als früher.

Rk.: Welche Konsequenzen hatten diese Feststellungen für Ihre Angebote?

G.B.: Eine Verfeinerung des ursprünglichen Konzepts. Wir bieten z. B. neu «Die kleine Reise» an, ein Programm von 3–5 Tagen als «Reise so zwischendurch» zu attraktiven Preisen. Daran können alle Interessierten teilnehmen. Erfolgreich war «Die kleine Reise» ins Tirol, die wir 1985 34mal mit total 1600 Personen durchführten. Neu sind aber auch «The Golden Fifties», die beschwingten Reisen zum Geniessen, z. B. ein Theaterweekend in München oder eine Weindegustation mit kulinarischen Köstlichkeiten im Piemont. Ein «Fünfsterneprogramm» führt sehr anspruchsvolle Kunden unter dem Signet «Reise-Leckerbissen» z. B. nach Frankreich, wo wir in Schlosshotels übernachten und die Gäste besonders verwöhnen.

Ziel dieses erweiterten Programms ist es, jenes Publikum anzusprechen, das noch nichts von ausgesprochenen «Seniorenreisen» wissen will.

Rk.: Herr Berz, Sie «wollen Ihre Kunden kennenlernen», haben aber Ihren Geschäftssitz in Wettingen. Wie bleiben Sie in Kontakt mit ihnen und wie informieren Sie Ihre weitverstreuten Teilnehmer?

G.B.: Es ist klar, dass die Hoffnung, alle unsere Teilnehmer in unser «Offenes Haus» zu bringen, sich nicht erfüllen lässt, aus welchen Gründen auch immer. Den Kontakt halten wir schon Anfang Jahr mit unserem *Katalog* aufrecht, den alle Kunden erhalten. Er wird für 1986 80 Seiten umfassen. Fünf- bis sechsmal jährlich senden wir ihnen zusätzlich unser buntes «Ferienjournal», das die aktuellen Reiseangebote in Erinnerung ruft und auch das Veranstaltungsprogramm des «Offenen Hauses» enthält. Darin drucken wir regelmässig *Gedichte von Kunden* und Leserbriefe – auch kritische – ab. *Den wenigen Reklamationen* gehen wir sorgfältig nach und schreiben

dem Kritiker, denn wir wollen ja zufriedene Kunden.

Eine Spezialität ist unser grosses «*Dankeschönfest*», das wir jeweils Ende November im festlich dekorierten Sport- und Erholungszentrum Tägerhard in Wettingen durchführen. 15–20 Busse holen die Besucher aus der ganzen deutschen Schweiz ab. Es kamen letztes Jahr wieder rund 1000 Personen, denen wir Essen, Musik, Tanz, Unterhaltung, Wettbewerb, Dia-Vorführungen usw. zum günstigen Selbstkostenpreis von 55 Franken boten. 1986 werden wir diesen Anlass zum letzten Mal durchführen. Erstens, weil die Sache allmählich zu grosse Dimensionen angenommen hat, und zweitens, weil wir der Auffassung sind, dass eine Massenveranstaltung nicht mehr ins Leitbild und Konzept des «Offenen Hauses» passt.

Rk.: Zum Schluss eine etwas heikle Frage: Sie werben zeitweise mit dem kühnen Slogan «geriberz: einfach besser». Haben Sie da den Mund nicht etwas vollgenommen? Wie denkt wohl die Konkurrenz über diese Behauptung?

G.B.: Fragen Sie die Konkurrenz selbst! Die richtige Antwort kann Ihnen ohnehin nur einer

geben: der Kunde. Fragen Sie meine Gäste, die wissen das am besten! Ich werde auch in Zukunft alles daransetzen, mein Leitbild zu verwirklichen.

Rk.: Inwiefern?

G.B.: Insofern, als unsere Mitarbeiter/innen in ständigem persönlichem Kontakt mit den Kunden stehen, als unsere Reiseleiterinnen ihren Touristen als Mitmenschen begegnen und als ich persönlich laufend Bücher lese und studiere, um den älteren Menschen, seine Probleme, sein tieferes Wesen immer besser kennenzulernen. Und schliesslich ist das Konzept des «Offenen Hauses», in dem Arbeit, Kultur und Musse sich vereinigen, ein Schritt auf dem Weg in die Zukunft der Arbeitswelt.

Rk.: Herr Berz, ich danke Ihnen für das Gespräch und wünsche Ihrem Unternehmen alles Gute für die Zukunft.

Interview Peter Rinderknecht

Das «Offene Haus» an der Etzelstrasse 15 in Wettingen: Hauptquartier und Treffpunkt in einem. Das ganze Erdgeschoss ist für die Besucher reserviert.

Foto Itin, Birsfelden





*Geri Berz, 47, an seinem Arbeitsplatz im Dachstock.
Foto Rk.*



*G. B. trägt Weihnachtslieder vor, begleitet von Mitarbeiterin Aita Biert.
Foto Ch. Marthaler*

*Die Büros sind hell und freundlich, an den Wänden hängen Bilder einer Wechselausstellung.
Foto Rk.*





Gruppentreff im Garten des Offenen Hauses.

Frohe Gesangsdarbietung bei einer Österreich-Woche im Offenen Haus.

Fotos Barbara Bosshard





Die Teilnehmer eines Reiseleiterinnen-Seminars beim Stadtrundgang in Innsbruck.

geriberz-Gäste auf einem Schiffsausflug in Krk/Jugoslawien.



Geri Berz persönlich

Geboren 1939 als «Gerhard» in Wettingen, aufgewachsen mit vier Geschwistern. Nach dem Schulbesuch kaufmännische Lehre, Welschlandaufenthalt, 2 Jahre Schweizergarde in Rom. Dann 11 Jahre in verschiedenen Reisebüros. 1964 Heirat, Geburt der Kinder Gisela (20), kaufmännische Angestellte; Ivo (19), Automechanikerlehrling; Brigitte (15), Sekundarschülerin. 1976 Gründung der «geriberz reisen ag» in Wettingen. 1985 Bezug des «Offenen Hauses» für die Firma und ihre Kunden. Hobbys: jeden Sonntag im Sommer eine Wanderung über den Lägergrat bei jedem Wetter mit Spaniel «Carlos». Unterwegs wird eifrig fotografiert. «Mein Traum wäre ein Bildband über dieses viel zu wenig begangene Naherholungsgebiet.» Diese Wanderungen sind das «Überbleibsel» eines fünfjährigen Präsidiums beim «SV Lägern» (Sport-Verein). In dieser Aufgabe – er hat den grossen Verein mit etwa 700 Mitgliedern umstrukturiert – konnte er in organisatorischer Hinsicht sehr viel lernen. Das kommt heute seinem Betrieb zugute.

Das zweite grosse Hobby ist der Gesang. Als ein Fachmann sein Talent bemerkte, begann er Stunden zu nehmen. Sechs Jahre lang bis zum Sommer 1983 bildete er sich bei der betagten Gesangspädagogin Lissy Sanden im Künstlerhaus Boswil aus. Die berufliche Belastung lässt keine eigentliche Schulung mehr zu, wohl aber tritt er in seinem «Offenen Haus» auf. Dabei begleitet ihn seine Mitarbeiterin, Reiseleiterin und ausgebildete Pianistin Aita Biert am Flügel. Die Besucher freuten sich riesig, als er an vier Dezembertagen Weihnachtlieder vortrug. «Die richtige Atemtechnik braucht viel Konzentration, das Singen selber aber erlaubt mir eine seelische Entspannung.»

Ger Berz – von Natur aus eher lebhaft, fast vibrierend vor Tatendrang – hat sich die richtigen Steckenpferde ausgesucht: Wandern in stiller Natur und Singen zum psychischen Ausgleich. «Arbeit, Kultur und Musse» – dieses Motto für sein «Offenes Haus» entspringt also ganz persönlichen Erfahrungen. Sein Lebensziel: «So zu leben, dass ich den Sinn des Lebens immer besser erkenne. Für mich heisst das, meinen persönlichen Glauben und meine positive Lebensauffassung in allen Lebensbereichen zu verwirklichen. Rk.

Genussreiches Erleben bei einer Bootsfahrt.

Fotos Barbara Bosshard





Der Nostalgie-Orient-Express in Lindau. Rechts aussen Geri Berz.

Foto K. Wilhelm, Wettingen

Luxus im Nostalgie-Express. Foto Nelly Wey

Unter spanischer Sonne. Foto Itin, Birsfelden ▶



