

iO-GRÜNDER BJÖRN VIERGUTZ

„In der Krise haben wir Glück gehabt“

SANDER

Es ist eine Bilanz, die in Pandemiezeiten fast absurd klingt. Ein Umsatzplus von 115 Prozent – wenn auch auf einem niedrigen absoluten Niveau. „Mit viel Freude“ schaut Björn Viergutz, Gründer der Feriencamp-Plattform Juvigo, auf 2021 zurück. Im Interview verrät er, wie er es geschafft hat, erfolgreich durch die Krise zu kommen, welche Herausforderungen in der Zielgruppe Kinder und Jugendliche stecken und wie er neue Mitarbeiter für sich gewinnt.

Hat Juvigo zur 2021-Bilanz erst mal Champagnerkorken knallen lassen?

Ach, nein (*lacht*). Das mit dem Feiern ist ja gerade nicht so einfach. Aber wir hatten ein sehr schönes Spätsommerfest und eine Team-Weihnachtsfeier. Wir sind sehr dankbar für das vergangene Jahr. 2021 haben wir 90.000 Übernachtungen vermittelt, das waren Reisen im Wert von sechs Millionen Euro – eine Steigerung im Vorjahresvergleich von 115 Prozent. 2020 haben wir mit einem zweiprozentigen Plus im Vergleich zu 2019 abgeschlossen. Trotzdem habe ich großen Respekt vor der Krise, wir hatten auch einfach Glück.

Was meinen Sie mit Glück?

Wir haben Glück, dass unser absolutes Kerngeschäft Feriencamps im Inland sind. Zu Beginn der Krise sind bei uns zum Beispiel die Sprachreisen nach

England oder Outdoor-Reisen nach Schweden weggebrochen. Es war aber schnell klar, dass unsere Inlandsangebote eine große Chance hatten, auch im Corona-Sommer 2020 stattzufinden. Auf dieses Ziel haben wir dann mit unseren Feriencamp-Veranstaltern hingearbeitet. Besonders kleine Anbieter waren mit der Situation überfordert, wir haben uns zusammengesetzt, gemeinsam Hygienekonzepte erstellt und neue Produkte ausgetüfelt.

Können agile Start-ups eigentlich besser mit Krisen umgehen?

Ich glaube nicht, dass es daran liegt. Was zählt, ist das Team. Ich bin seit fünf Jahren in dem Geschäft, mein unmittelbares Führungsteam und die wichtigsten Mitarbeiter fast genauso lange. Das war die Basis dafür, dass wir mit der außergewöhnlichen Situation sehr professionell umgehen konnten und nicht in Panik verfallen sind. Es war für mich essenziell, mein Team zusammenzuhalten. Dabei habe ich gelernt, dass Kommunikation immer glasklar und transparent sein sollte.

Mit verunsicherten Eltern war die Kommunikation bestimmt auch nicht immer einfach ...

Das ist wohl wahr, der Informationsbedarf der Eltern ist sehr groß. Wir haben detaillierte Informationen in unserem Online-Magazin zusam-

mengestellt, unsere Kundenberater kennen die Hygienekonzepte der verschiedenen Camps. Alle Reisen finden in enger Abstimmung mit lokalen Gesundheitsämtern statt. Im Krisenjahr 2020 ging es dabei vor allem um die Frage, ob Reisen überhaupt stattfinden. 2021 hatten wir vor allem Diskussionen um Tests: Die meisten Eltern wollten, dass die Kinder getestet werden – für andere war es ein Grund, nicht zu buchen.

Wie sieht es aktuell aus?

In diesem Jahr wird wahrscheinlich 3G, also getestet-geimpft-genesen das große Thema. Insgesamt sind die Eltern entspannter geworden, die bisherigen Hygienekonzepte haben sich bewährt, immer mehr Kinder und Jugendliche sind geimpft. Im Moment kommen bei uns die Frühbücher zurück. Die Vorausbuchungen für den Sommer 2022 liegen schon über dem Vorkrisenniveau.

Dabei bleibt die Pandemiesituation ja unsicher, oder?

Das stimmt leider. Aber grundsätzlich ist nach den Monaten mit Homeschooling und erzwungener Familienheimeligkeit die Nachfrage nach Feriencamps gestiegen. Eltern wollen ihren Kindern wieder mehr Freiraum geben. Ich kann mir vorstellen, dass durch Corona diese Reisen insgesamt beliebter werden.

Haben Feriencamps das nötig?

Schon. Hierzulande verreisen viele Kinder vorwiegend mit ihren Eltern. Dagegen haben Feriencamps in Frankreich, Spanien oder in den Vereinigten Staaten eine lange Tradition. Und wer als Kind positive Feriencamp-Erfahrung gemacht hat, schickt als Eltern seine eigenen Kinder selbstverständlich auch ins Camp.

Waren Sie früher in Feriencamps?

Ich war mit neun Jahren zum ersten Mal dort und fand das alles so super, dass ich später dort als Betreuer gejobbt habe. Kinder und Jugendliche können sich im geschützten Rahmen austoben, lernen Gleichaltrige kennen und haben einfach viel Spaß. Damals war es für meine Eltern umständlich, meine →



Björn Viergutz

Karriere: Björn Viergutz (31) war schon früh international unterwegs: Während seines Volkswirtschaftsstudiums lebte er eine Zeit lang in Tübingen, Moskau, Paris und Berlin. Er spricht Englisch, Französisch, Spanisch und Russisch. Als 24-Jähriger gründete er während des Studiums Juvigo, eine Online-Plattform für Urlaub in Feriencamps.

Privat: Viergutz ist in Wismar geboren und in Berlin aufgewachsen. Heute lebt er mit seiner Freundin in Berlin, feuert wahlweise die Fußballteams von Union Berlin und Hansa Rostock an und fährt gern mit seinem umgebauten Camper los. Er liebt es, draußen zu sein. Am liebsten ist er am Wasser, paddelt mit dem Kanu oder geht angeln.

Ferienreisen aus Zeitungen herauszusuchen. So kam ich auf die Idee, eine Feriencamp-Plattform aufzubauen.

Arbeitet Juvigo eigentlich mit Reisebüros zusammen?

Natürlich! Es wäre schön, wenn es noch mehr werden. Reisebüros haben bei uns einen eigenen Ansprechpartner, und wir zahlen eine Provision in Höhe von acht Prozent auf den Grundpreis. Auf

„Austausch auf Augenhöhe ist wichtig – ob im Team oder mit Veranstaltern.“

unserer Plattform für Feriencamps, Jugend- und Sprachreisen gibt es Angebote für Kinder und Jugendliche zwischen 6 und 21 Jahren. Insgesamt haben wir über 100 Anbieter auf der Plattform. Neben den großen Spezialisten wie Ruf Jugendreisen sind das viele regionale Anbieter oder Reiterhöfe, die sonst nur schwer buchbar sind.

Was ist bei Kindern und Jugendlichen besonders gefragt?

Einfach nur Ostsee-Strand zieht heute nicht mehr. Auch die Jüngeren wollen etwas Besonderes erleben. Bei Kindern sind vor allem Multi-Aktivitäten beliebt: Hier können sie jeden Tag etwas Neues ausprobieren – Surfen, Bogenschießen oder Reiten. Jugendliche buchen dagegen Reisen mit klarem Profil wie zum Beispiel Wandern über die Alpen, Tauchen in Portugal oder BMX- und Scooter-Camps.

Sind die Ansprüche von jungen Kunden gestiegen?

Auf jeden Fall. Und das nicht nur beim Erlebnisprogramm, sondern auch bei der Ernährung. Angebote für Veganer, Vegetarier und Allergiker sind heute gefragt denn je. Vor allem Jugendliche gehen heute sehr bewusst mit ihrer Umgebung um. Sie sind neugierig auf die Welt und wollen andere Kulturen kennenlernen.

Ist Juvigo deshalb auch in anderen europäischen Ländern aktiv?

Unsere Feriencamp-Plattform gibt es tatsächlich auch in den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Spanien, Portugal, Österreich und in der Schweiz. Dabei richtet sich die französische Plattform jedoch vor allem an den französischen Quellmarkt, die portugiesische Juvigo-Seite an Eltern und Kinder in Portugal. In unserer Zentrale in Berlin werden die europäischen Juvigo-Seiten von Muttersprachlern koordiniert. Für uns hat die Internationalisierung den großen Vorteil, dass wir unabhängiger von nationalen Marktschwankungen werden. Gerade 2020 hat uns gezeigt, dass mehrere Standbeine unerlässlich sind.

Inwiefern?

Während die Lage in Deutschland lange unsicher war, erlaubten die Niederlande und Belgien Ferienreisen für Kinder und Jugendliche sehr frühzeitig. In Deutschland lief nur wenig, dafür hatten wir auf den Plattformen juvigo.nl und juvigo.be enorme Buchungszuwächse.

Wie sieht es denn mit grenzüberschreitenden Buchungen aus?

Es werden immer mehr. So können etwa Wassersportschulen in den Niederlanden ihre Segel- und Surfcamps nicht nur auf juvigo.nl vertreiben, sondern zusätzlich über die deutsche, belgische oder französische Plattform. So entstehen Ferienreisen mit Kindern und Jugendlichen aus ganz Europa. Ich freue

mich sehr darüber, dass internationale Camps gerade der absolute Renner sind. Ich möchte gern Kinder und Jugendliche aus verschiedenen Ländern zusammenbringen. Im Moment konzipieren wir noch mehr internationale Ferienreisen und gehen mit Juvigo in Italien online.

Bei so einem Expansionskurs braucht es doch auch ein größeres Team, oder?

Klar. In diesen Wochen fangen bei uns zehn neue Mitarbeitende an. Die Neuen arbeiten vor allem für die europäischen Plattformen, die von Berlin aus gesteuert werden. Die Atmosphäre im Büro wird immer internationaler. 2022 wird die Mehrheit unseres Teams nicht aus Deutschland kommen. Trotz des Wachstums ist es mir total wichtig, bodenständig zu bleiben und mit allen auf Augenhöhe umzugehen, am liebsten auch in ihrer Sprache. Egal, ob es Veranstalter-Partner oder Kollegen sind.

Wie finden Sie neue Fachkräfte?

Unser internationales Flair ist etwas Besonderes und zieht junge Menschen an. Dazu haben wir enge Kontakte zu internationalen Hochschulen, bilden selbst aus und arbeiten auch mit dualen Studierenden. Wir achten auf eine gute Arbeitsatmosphäre, faire Entlohnung und eine wertschätzende Unternehmenskultur. Erfolg bedeutet für mich nicht nur gute Buchungszahlen und positives Kundenfeedback, sondern ob mein Team zufrieden ist. Meine Hauptaufgabe ist es, gute Leute zu finden, sie für uns zu begeistern und zu halten. Dafür lerne ich jetzt übrigens auch Italienisch. **fvw**

Juvigo wird internationaler



Björn Viergutz im Gespräch mit fvw | TravelTalk-Redakteurin Evelyn Sander

Der Spezialist für Feriencamps, Jugendreisen und Sprachreisen wurde 2015 gegründet. Das Start-up aus Berlin hat heute 35 Beschäftigte und arbeitet mit über 100 Feriencamp-Veranstaltern zusammen. Seit 2020 expandiert Juvigo in Europa und betreibt Feriencamp-Plattformen in den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Spanien, Portugal, Österreich und der Schweiz, 2022 kommt Italien dazu.