

Vorstellungsgespräch mit Boris Radke

Interviewerin Advisory-Board-Mitglied Marion Uhrig-Lammersen

Eigentlich war der Aachener Boris Radke immer mit einem Fuß in Berlin gewesen. So zum Beispiel bei der Firma, die mit dem Schuhversand begonnen hat - Zalando. Dort hat er die zentrale Unternehmenskommunikation aufgebaut und in vielen anderen Bereichen mitgemischt - u.a. das große Logistikzentrum in Erfurt mit etwa 3.500 Arbeitsplätzen aufgebaut und vor allem auch den Börsengang betreut. Dann aber kam das Angebot von ProSiebenSAT.1, um dort die Position des Chief Information Officers zu übernehmen. Dort hat er die technologische Transformation geleitet - weg von einer eher alten Technologieabteilung hin zu einer modernen, agilen Organisation.

Herr Radke, ein guter, ein sicherer Arbeitsplatz - und dennoch hat es Sie zu Beginn des Jahres wieder nach Berlin gezogen?

Boris Radke:

Ja, zu Beginn des Jahres habe ich meine neue Rolle bei Omio angetreten. Ich habe gemerkt, dass ich doch viele Wurzeln in Berlin habe und dazu fühle ich mich im Umfeld der Startup Szene wohler. Omio ist eine Berliner Gründung und bietet eine Online- Such- und Buchungsplattform für Reisen in ganz Europa und Nordamerika.

Uhrig-Lammersen

Würden Sie Omio als die letzte große Konkurrenz für die Reisebüros bezeichnen?

Boris Radke

Ich kenne diese Vergleiche aus der Zalando-Zeit und aus vielen anderen Startups, mit denen ich arbeite, so würde ich es definitiv nicht beschreiben. Ich glaube, dass im Endeffekt der Mehrwert für Omio auch für Reisebüros irgendwann bestehen wird, weil man einfach über Omio in der Lage sein wird, in Zukunft Reisen über alle Transportmittel hinweg reibungsloser buchen zu können. Das, was aktuell in Reisebüros sehr umständlich mit sehr vielen Friktionen stattfinden muss und zum absoluten Nachteil für Kunden, kann man über Omio in Zukunft alles aus einer Hand machen mit einem Prozess, mit einem Ticket.

Uhrig-Lammersen

Was genau hat Sie daran gereizt, bei Omio mitzumachen, Sie haben in jungen Jahren selbst mal ein StartUp gehabt und kennen den mühevollen Weg, groß zu werden. Sie waren bei einem der lukrativsten Sender, die ganz viele Startups fördern und einkaufen und dann zieht es Sie in die Reisebranche?

Boris Radke

In der Gründerszene hier in Berlin gibt es aus meiner Sicht immer zwei Optionen, die man hat. Auf der einen Seite gibt es die Möglichkeit, immer selber was zu gründen und das ist auch sicher in meiner DNA drin und auch nochmal ein Wunsch von mir, den ich ganz offen habe. Aber auf der anderen Seite gibt es auch manchmal eine Möglichkeit, in ein Startup reinzukommen, mit der Expertise, die ich mittlerweile aufgebaut habe, dann auch noch mit den Leuten, die ich gut kenne zu denen ich Vertrauen aufgebaut habe - das ist hier in dem Fall einer meiner besten Freunde, Jan Kemper. Wenn so eine Kombination besteht, dann ist es natürlich sehr reizvoll, in ein solches Unternehmen reinzugehen. Ich kann durch meine Erfahrungen sehr schnell einen Mehrwert schaffen, der das Unternehmen auf ein ganz anderes Level heben kann. Ein Unternehmen, das als Unicorn bezeichnet wird, jetzt nochmal auf das nächste Level zu bringen, das ist sicherlich immer wieder reizvoll.

Uhrig-Lammersen

Einfach ist es aber sicherlich nicht gewesen in diesem Jahr, denn es gibt ja etwas, dass das Reiseportal Omio gerade etwas ausbremst - Corona. Das heißt, Sie stellen Leute ein, um sie dann gleich wieder zu entlassen? Corona bietet Ihnen ja eigentlich nicht gerade die Chance, Kollegialität aufzubauen und die Leute einzuarbeiten. Wie gehen Sie damit um?

Boris Radke

Ich habe in meinem Leben schon viele Krisen erlebt, persönlicher und beruflicher Natur. Und Corona ist mal wieder so eine ganz neue Dimension. Was man da alles erleben kann! Für mich, um ehrlich zu sein, trotzdem wieder unfassbar spannend aus der Unternehmenssicht. Ich hab auch die Task Force innerhalb des Unternehmens geleitet. Von Tag 1 an, also Ende Februar, sind wir in den Krisenmodus reingegangen und haben versucht, diese Situation zu meistern. Und das haben wir aus meiner Sicht sehr gut gemacht. In der Zwischenzeit habe ich auch neue Leute eingestellt und die sind auch bis heute da. Sie sind eingearbeitet worden im Remote-Zustand. Ich habe zum Beispiel erst nach 6 Monaten eine Mitarbeiterin aus meinem Bereich das erste Mal persönlich gesehen, was auf der einen Seite eine Herausforderung war, aber was trotzdem hervorragend gut funktioniert hat. Die Situation ist ja für alle Menschen neu.

Uhrig-Lammersen

Sie klingen so optimistisch. Sie haben Leute eingestellt und sagen es läuft super - in einer Zeit, da Reisen nicht gerade oben auf der Tagesordnung steht. Wie machen Sie das?

Boris Radke

Ich bin optimistisch - wenn es um das Thema Reisen geht, ja, die Krise, die wir jetzt erleben ist eine fundamentale Krise. Sie wird auch unserer Branche massiv schaden und sie schadet uns auch gerade wirtschaftlich enorm. Gar keine Frage. Unsere Umsätze sind innerhalb von zwei Wochen um knapp 95 % eingebrochen. Wir haben quasi knapp drei Monate die schon erwirtschafteten Umsätzen stornieren und rückabwickeln müssen. Also Januar, Februar, März, diese Monate, in denen die Leute ihren Frühjahrsurlaub und Sommerurlaub schon gebucht hatten auf unserer Plattform, sind alle wieder rückabgewickelt worden.

Uhrig-Lammersen

Und die Herbstbuchungen sind gar nicht erst gekommen?

Boris Radke

Genau. Das muss man auch deutlich so sagen. Man sieht auch jetzt schon innerhalb der Krise einen enormen Wandel des Konsumverhaltens. Also ich buche jetzt mit drei/vier Tagen Vorlauf. Nicht mehr so wie früher - drei Monate Vorlauf, was die gute deutsche Familie ja hier gemacht hat. Jetzt wird maximal eine Woche vorher entschieden, wo ich hinfahre, ob es überhaupt geht. Es gibt viele Veränderungen, die jetzt durch die Krise passieren, wo sich grundsätzlich das Konsumentenverhalten sehr sehr negativ in vielen Marktteilen entwickeln wird. E-Commerce wird weiter gestärkt werden, es wird Nachteile haben für den stationären Handel - definitiv. Man sieht das. Kinos zum Beispiel - wer wird nach Corona nochmal so oft ins Kino gehen wie vorher? Viel weniger, weil man sich darauf eingerichtet hat. Reisen? Never ever werden wir aufhören zu reisen - jeder von uns will in dem Moment, wo er es wieder kann, reisen. Ich selber kann diesen Moment kaum erwarten.

Uhrig-Lammersen

Es werden zurzeit mehr Bus- und Bahnreisen gebucht und weniger Flugreisen. Oder die Menschen setzen sich in ihr eigenes Auto oder mieten Autos. Haben Sie das auch bei Omio bedacht?

Boris Radke

Genau. Das haben wir auch zum Beispiel sofort auf unserer Plattform umgesetzt, dass man auf unserer Plattform auch Autos mieten kann und wir haben auch Share-Care-Services stärker in den Vordergrund gerückt. Aber trotz alledem sieht man schon einen generellen Trend weg vom Flugzeug hin zu Bus und Bahn. Nach der Krise wird die Art zu reisen aus unserer Sicht nachhaltiger gestaltet werden.

Uhrig-Lammersen

Haben Sie Kooperationen mit „secret escapes“ und „get your guide“?

Nein, haben wir noch nicht. Wir sind aber schon in der Lage, verschiedene Plattformen anzubinden. Das heißt, wenn zum Beispiel ich jetzt ein Geschäftsmodell habe, wo ich den Leuten auch noch mit meinem Content, den ich ihnen anbiete, zusätzlich die Möglichkeit geben möchte, da auch noch hinzukommen, dann kann man uns als Plattform im Hintergrund integrieren. Das funktioniert mittlerweile auch ganz gut. Aber wir haben jetzt keine direkten Kooperationen außer ein paar Marketingkooperationen, die wir mit „Get your guide“ machen.

Uhrig-Lammersen

Was würden Sie sagen, war die größte Herausforderung von all dem, was Sie geschildert haben, in den letzten Wochen für Sie?

Boris Radke

Na, die größte Herausforderung ist auf der unternehmerischen Seite eben ein Verfahren für das Unternehmen, eine Governance für das Unternehmen so zu bauen, dass wir in der Lage sind, weiterhin schnell zu agieren. Das auf und ab - erst reisen können, dann wieder nicht. Erst haben wir unser Geschäft runtergefahren, dann wieder hoch. Jetzt wieder runter. Wir müssen gucken, wie bauen wir einen Mindset und eine Kultur auf in unserem Unternehmen, damit wir viel kurzfristiger entscheiden können, schneller entscheiden können und viel opportunistischer auch Optionen sehen können.

Also wenn wir sehen, ok, alles klar, die Leute möchten jetzt wieder nach Griechenland reisen, dann versuchen wir, ihnen eine sichere Möglichkeit zu schaffen über unsere Plattform. Wir versuchen, ihnen so viele Informationen wie möglich zukommen zu lassen, damit sie eine bewusste Entscheidung treffen können. Und wenn Sie es dann wollen, dann möchten wir ihnen auch diesen Weg ermöglichen.

Uhrig-Lammersen

Wir wissen ja, Reisen soll ja auch nicht viel kosten. Bislang gab es ja - wenn es um Busreisen ging - Flixbus, man konnte sich reinsetzen, wenig bezahlen und kam ans Ziel. Unterstützen Sie sowas auch?

Boris Radke

Ja Flixbus ist eines unserer Partnerunternehmen. Also wir arbeiten mit mehr als 1.000 Transportunternehmen aus ganz Europa und Nordamerika zusammen. Wir haben jetzt gerade auch über die Krise in Nordamerika sämtliche große Busanbieter auch nochmal auf die Plattform draufgenommen. Zum Beispiel Greyhound oder für die Schiene natürlich Amtrak. Aber darüber hinaus eben halt auch in Europa. Was die Sache nicht unbedingt immer einfacher macht.

Uhrig-Lammersen

Sagen Sie mir das Motto Ihrer Firma?

Boris Radke

Nach dieser Krise: Omio sorgt dafür, dass die Welt weiterhin verbunden bleibt. Ansonsten ist unser klassisches Motto: Wir machen reisen einfach.

Uhrig-Lammersen

Was würden Sie sich denn von der Politik wünschen für Ihren Bereich?

Noris Radke

Also die Reisebranche an sich ist halt noch eine ganz zerklüftete Branche. Das, was man in vielen Branchen in den letzten 20 Jahren gesehen hat, dass durch Technologie Synergien entstehen, die vorher nicht existent waren, gibt es in der Reisebranche noch nicht. Da gibt es nur so sehr viele Silo-Lösungen. Airbnb, Booking.Com, Trivago und so weiter, sind alles solche Silos. Aber es gibt keinen, der in der Lage ist, mal das Thema Reisen, also wirklich den Transport in einer App zu lösen. Das heißt, das ist erstmal so an der Stelle der größte Fokus, den wir gerade haben. Aber darüber hinaus muss man ganz klar sagen, dass wir zwei Themen haben, die wir einfach brauchen. Wir brauchen einen fairen Wettbewerb für Plattformen wie uns. Aktuell ist es so, dass der Wettbewerb massiv - auf der Schiene - eingeschränkt ist. Es gibt keinen Wettbewerb auf der Schiene im Fernverkehr. Weder in Deutschland noch in Frankreich noch in vielen anderen Europäischen Ländern. Dann die ganze Möglichkeit, Tickets, zwischen Ländern, zwischen Transportmitteln verbindbar zu machen. Das ist bis heute kaum möglich. Das heißt, wir brauchen eine Veränderung des Passagierrechts in Europa insgesamt. Aber vor allen Dingen der erste Punkt,

den ich genannt haben, ist aus meiner Sicht der dringlichste gerade, dass man nämlich sieht, dass in dieser Krise die Monopole, die es schon auf dem Markt gibt - und da rede ich nicht nur auf der technologischen Seite von Google, die sicherlich auch ein Monopol sind und das absolut zu ihrem Vorteil genutzt haben. Ich rede da auch ganz klar von der Deutschen Bahn. Die Deutsche Bahn hat die Krise genutzt, um ihre Monopolstellung im Markt weiter zu festigen und Plattformen wie wir es sind, bestmöglich rauszudrängen und das sehr sehr aggressiv. Ganz klar. Sie haben viele Daten, die zur Sicherheit der Kunden ermittelt werden und dem Kunden auch zur Verfügung gestellt werden, auf den Deutsche Bahn Plattformen, aber das stellen die nicht den anderen Plattformen zur Verfügung. Das heißt: wenn ich mir mein Deutsche Bahn Ticket auf Omio kaufe, bekomme ich nicht die gleichen Informationen, wie ich sie bei der Deutschen Bahn bekommen würde. Das ist ein absolutes Unding.

Uhrig-Lammersen

Da stehen für alle Reise-Plattformen ja spannende Gespräche bevor. Verraten Sie uns noch Ihr Lieblingsland und womit reisen Sie am liebsten?

Boris Radke

Grundsätzlich ist mein Lieblingsland immer Deutschland. Muss ich ganz klar sagen. Es gibt kein Land, in dem ich lieber sein möchte als Deutschland. Aber als Urlaubsland ist es ganz klar Italien und meine große Sehnsucht ist immer Amerika. Ich bin ein großer Fan vom Fliegen. Da kann man sagen was man will, auch wenn sich das ökologisch alles verändern muss, aber grundsätzlich finde ich es traumhaft, dass man als Mensch in der Lage ist, die ganze Welt zu bereisen innerhalb kürzester Zeit. Aber ich liebe auch Roadtrips mit dem Auto. Egal ob von Berlin nach Mannheim oder von Seattle nach San Diego.

Eine der Hauptgründe, warum ich mich für Omio entschieden habe damals, ist auch der wirkliche Sinn des Unternehmens. Das Reisen hat mich zu dem toleranten und offenen Menschen gemacht, der ich heute bin. Das Erkennen und Sehen von neuen Kulturen, das Kennenlernen von neuen Menschen und Toleranz auf der ganzen Welt. Das dürfen wir uns als Menschen nicht nehmen lassen. Das widerspricht aber nicht, dass wir das auf eine ökologisch und ökonomisch nachhaltige Art und Weise machen müssen in der Zukunft.