

## Stefan Brückner (29)

Verkaufsleiter

Abschluss als Internationaler Touristikassistent  
in Dresden

Beruflich ging es für Stefan Brückner bisher nur in eine Richtung: nach oben. Alles fing an mit einer Empfehlung seines besten Freundes. „Er hatte schon ein Jahr vor mir eine Ausbildung an der TÜV Rheinland Privatschule begonnen. Und ich ließ mich von ihm überzeugen, dass die Ausbildung zum Touristikassistenten dort interessant für mich sein könnte.“ Der gebürtige Pirnaer suchte das Gespräch mit der Schulleiterin. „Sie stellte mich für ein Jahr zurück, weil ich noch ins Ausland wollte. Ich hatte also noch etwas Bedenkzeit.“ Während des sechsmonatigen Aufenthalts in England verschlug es Brückner bereits in die Hotelbranche. „So ergab sich schon eine brauchbare Vorbereitung auf die Ausbildung.“ Ab 1998 absolvierte er die zweijährige Ausbildung bei der TÜV Rheinland Privatschule in Dresden. „Weil Vollzeit unterrichtet wird, eignet man sich innerhalb kurzer Zeit ein solides Wissen an, das nahezu vergleichbar mit vier Jahren Fachhochschule ist: Die Zeiterparnis war ein klarer Pluspunkt für die TÜV Rheinland Privatschule.“ Der komplette Titel von Brückners Abschluss ist „Staatlich geprüfter Internationaler Touristikassistent“. „Wenn ich sehe, wo ich heute stehe“, sagt der 29-Jährige, „kann ich sagen, dass die Ausbildung eine solide Basis für mein weiteres

Fortkommen war.“

### Erste Berufserfahrung

Zwei Praktika ergaben den außerschulischen Teil der Ausbildung. „Das erste machte ich im Steigenberger Hotel auf der Insel Rügen. Aber damals hatte ich noch andere Vorstellungen von meinem Beruf - ich wollte in die Sportanimation.“ Während der Ausbildung verschob sich jedoch sein Interessenschwerpunkt: „Ich fühlte mich immer mehr zum Bereich Marketing hingezogen.“ Sein zweites Praktikum wollte er eigentlich im Ausland machen, daraus wurde dann Bayern. „Bei der Arabella Sheraton Hotelmanagement GmbH in München habe ich das übergreifende Marketing für 32 Hotels der Gruppe mitgestaltet. Dazu gehörte die Betreuung von Kooperationen wie mit dem FC Bayern München oder Audi, Werbemaßnahmen und Pressearbeit - also jegliche Kommunikation nach außen.“ Nach dem Praktikum waren seine Tage bei Arabella Sheraton nicht gezählt. Innerhalb der Gruppe wurde jemand gesucht, der den Bereich Marketing, PR und Kommunikation aufbaut. Brückner bekam den Job und hat das dann zweieinhalb Jahre lang gemacht. Danach reizte ihn der Direktvertrieb. Das zehnköpfige Vertriebs-Team bahnte vor allem Vereinbarungen zwischen Unternehmen an, ihre

Mitarbeiter oder Geschäftspartner in den Hotels der Gruppe unterzubringen. Nur Brückner hatte eine andere Aufgabe: Er handelte mit Anbietern von Freizeitreisen Verträge oder Kooperationen aus und akquirierte Airlines, die ihre Crews in dem Hotel übernachten ließen.

### Neue Herausforderung

Nach weiteren zweieinhalb Jahren hatte Brückner keine Lust mehr, nur spezielle Vertriebsbereiche zu beackern. „Ich suchte eine größere Herausforderung, wollte zum Beispiel auch Firmenkunden betreuen.“ Er folgte der logischen Überlegung, dass je kleiner das Haus ist, umso mehr Verantwortungsbereiche beim einzelnen Mitarbeiter liegen müssen. Im November 2005 heuerte er im Leipziger „Hotel Fürstenhof“ an. „Das individuelle 5-Sterne-Haus wird von einem kleineren Team betreut, gehört aber auch zur Arabella Sheraton-Gruppe, die seit dem 01. Januar 2007 unter dem Namen Arabella Starwood Hotels & Resorts firmiert.“ Dort kümmert er sich als Verkaufsleiter des Hauses um die gesamte Kundenakquise und präsentiert das Hotel auf Messen.