

Mit Sinan Cirit* sprach Benjamin Anderegg

«Ich wollte Abwechslung und nicht immer im Büro sitzen»

Sinan Cirit hat seine kaufmännische Lehre in einem Reisebüro absolviert. Nach seiner HF-Ausbildung startete er in der Reisebranche durch und arbeitet nun als Sales Account Executive bei Air Canada. Im Interview gibt er Auskunft zu Entwicklungen im Airline-Business und erklärt, weshalb er auch Aserbaidschanisch spricht.

Sie arbeiten in der Reisebranche. Inwiefern gelingt es Ihnen, auf privaten Reisen nicht an die Arbeit zu denken?

Solange ich nicht in einem Flugzeug der Air Canada sitze, ist das kein Problem. Falls ich mit Air Canada reise, kann ich spätestens nach dem Flug entspannen und abschalten. Bei einem Product Manager, der im Reisebüro arbeitet, kann ich mir hingegen gut vorstellen, dass es nicht so einfach ist, auf privaten Reisen abzuschalten. Vor allem, wenn er Ferien in einem Hotel verbringt, das er selber unter Vertrag hat.

Sie sind Sales Account Executive bei Air Canada und arbeiten am Flughafen Zürich. Was ist Ihre Haupttätigkeit?

Ich betreue Reisebüros (Kuoni, Hotelplan, HRG, American Express etc.) und Geschäftskunden in der Deutschschweiz. Dies beinhaltet auch die Planung und Durchführung von Marketingaktivitäten wie Werbeschaltungen in Katalogen und Onlinemedien sowie die Teilnahme an Messen und Verkaufsevents. Weiter organisiere ich Flugzeugbesichtigungen, um unsere Produkte dem Vertrieb näherzubringen.

Sie schliessen Verträge mit Reisebüros ab. Gibt es ein Beispiel eines Deals, das Sie uns erzählen können?

Allgemein sind diese Verträge folgendermassen aufgebaut: Je mehr Angebote von Air Canada die Reisebüros verkaufen, desto mehr erhalten sie an Incentivezahlungen – eine Art Prämie – zurück. Ferner sind noch weitere Vereinbarungen, sogenannte Service-Level-Agreement-Punkte, eingebaut. Diese beinhalten Marketingmassnahmen wie zum Beispiel den Versand von Newslettern oder Anlässe mit den Reisebüro-kunden.

Das Airline-Business ist härter geworden. Zählt nur der Preis oder haben Sie andere Vorteile, die Sie in den Verhandlungen mit Reisebüros und anderen Partnern anbieten können?

Wir bei Air Canada haben einen lokalen Agency-Support mit drei Mitarbeitenden. Die Reisebüros schätzen es, wenn sie nicht mit einem Callcenter telefonieren müssen. So generieren wir eine Nähe zum Vertrieb und die Rückmeldungen sind durchwegs positiv. Es gibt nicht mehr viele Fluggesellschaften, die einen lokalen Ansprechpartner für Problemfälle oder Fragen der Reisebüros haben.

Air Canada arbeitet im Rahmen einer Joint-Venture-Kooperation eng mit der Lufthansa zusammen. Was sind dabei Ihre Aufgaben?

Das Pricing für den europäischen Markt wird von Frankfurt aus gesteuert und in der Schweiz ist die Swiss, die zur Lufthansa gehört, der Lead-Carrier. Wir vertreten innerhalb der Joint-Venture-Kooperation die Interessen unserer Fluggesellschaft und bilden die Schnittstelle für Airline übergreifende Prozesse wie Firmenverträge.

Inwiefern haben Krisen wie etwa die aktuelle Flüchtlingswelle aus Syrien und terroristische Anschläge in Europa einen Einfluss auf Ihre Arbeit?

Da der Schweizer Markt davon nicht direkt betroffen ist, spüren wir dies in unserem Arbeitsalltag nicht. Wir wissen aber von Kollegen, die in betroffenen Ländern wie etwa Frankreich für Air Canada arbeiten, dass die Buchungszahlen für Flüge nach Paris zurückgegangen sind. Erwähnenswert ist, dass Air Canada im Rahmen eines Staatsabkommens einige Charterflüge in die Türkei und andere Länder organisiert hat, um Flücht-

linge sicher nach Kanada zu transportieren.

Es ist erstaunlich, wie günstig man heute fliegen kann. Wie ist das möglich?

Die heutigen Flugzeuge sind viel effizienter und verbrauchen weniger Kerosin als noch vor 10 bis 15 Jahren. Es gibt auch viel mehr Sitzplätze und der Raum wird besser genutzt als früher. Der Preis wird anhand der Auslastung gesteuert. Diese Gründe führen dazu, dass sich heute viele Menschen einen Flug leisten können.

In der Reisebranche zu arbeiten, ist beliebt. Was muss man mitbringen, um sich auf diesem Arbeitsmarkt durchsetzen zu können?

Es ist von Vorteil, wenn man mehrere Sprachen spricht und sich nicht schnell aus der Ruhe bringen lässt. Unsere Branche verändert sich sehr schnell und man wird tagtäglich mit neuen Situationen konfrontiert.

Nebst Deutsch, Türkisch, Französisch und Englisch sprechen Sie auch Aserbaidschanisch. Wie kam es dazu?

Aserbaidschanisch ist sehr eng verwandt mit meiner Muttersprache Türkisch. Als ich noch bei Turkish Airlines arbeitete, konnte ich mich ohne Probleme mit Aserbaidschanerinnen und Aserbaidschanern unterhalten. Sie haben einige andere Buchstaben in ihrem Alphabet, aber die Aussprache klingt wie ein türkischer Dialekt. In der aserbaidschanischen Sprache werden viele alte Wörter benutzt, die auch in türkischen Volksliedern und Geschichtsbüchern vorkommen. Wer mit diesem Kulturgut vertraut ist und Türkisch als Muttersprache hat, kann sich mit einem Aserbaidschaner, Usbeken oder Turkmenen unterhalten. Wie Aserbaidschanisch und Türkisch gehören auch Usbekisch und Turkmenisch zu den sogenannten Turksprachen.

Sie haben bereits Ihre Erstausbildung, eine kaufmännische Lehre, in einem

Reisebüro absolviert. Weshalb haben Sie sich für die Reisebranche entschieden?

Ich wollte Abwechslung haben und nicht immer im Büro sitzen. Bis heute hat sich das durchgesetzt. Aktuell reise ich geschäftlich ab und zu nach London oder Frankfurt.

Was hat Sie motiviert, nach der Lehre eine HF-Ausbildung anzupacken?

Irgendwann war ich an einem Punkt angelangt, an dem ich merkte, dass mir das Wissen aus der Lehre nicht mehr reicht, um beruflich weiterzukommen.

2013 haben Sie Ihre Ausbildung zum Tourismusfachmann HF abgeschlossen. Von welchen Lerninhalten profitieren Sie im Berufsleben am meisten?

Wir wurden in sehr vielen Wirtschaftsfächern wie Unternehmensführung, Volkswirtschaftslehre, Organizational Behaviour, aber auch in Kommunikation und Softs Skills unterrichtet. Am meisten profitiere ich von den Präsentationstrainings. Die dort erlernten Fähigkeiten sind im Aussendienst sehr wichtig.

Weshalb sind Sie dem ODEC beigetreten?

Es war mir ein Anliegen, einen Beitrag für die Unterstützung der Höheren Fachschulen zu leisten.

Was schätzen Sie an der Arbeit des ODEC?

Die Interessenvertretung der HF-Absolventinnen und -Absolventen gegenüber dem Bund.

Zurzeit absolvieren Sie berufsbegleitend die Weiterbildung Master of Advanced Studies (MAS) Brand and Marketingmanagement. Was erhoffen Sie sich von dieser Ausbildung?

Dieser MAS soll meine Kompetenzen im Bereich Marketing und Verkauf stärken. Er setzt sich aus den CAS Key Account Management, CAS Sales & Distribution Management und CAS Product Management & Marketing zusammen. So konnte ich für mein berufliches Fachgebiet die Schwerpunkte optimal setzen.

Wie bringen Sie Studium und Arbeit unter einen Hut?

Ein MAS ist für ein berufsbegleiten-

des Studium ausgelegt und beinhaltet weniger ECTS-Punkte wie ein Master of Science oder Master of Arts. Er ist mehr auf ein Spezialgebiet ausgerichtet und weniger generalistisch.

Inwiefern hilft Ihnen die HF-Ausbildung bei der Absolvierung des MAS?

Wer einen MAS absolvieren will, muss einen Bachelor oder eine eidgenössisch anerkannte Ausbildung im Tertiärbereich vorweisen können. Es hilft auch sehr, dass wir an der HF gelernt haben, wissenschaftliche Texte zu verfassen.

In Ihrer Freizeit fotografieren Sie gerne. Welches sind Ihre liebsten Motive?

Ich liebe es, Menschen und Landschaften auf Reisen zu fotografieren. Da hilft es natürlich, bei einer Fluggesellschaft zu arbeiten.

Bei welchen Aktivitäten können Sie sich sonst noch erholen?

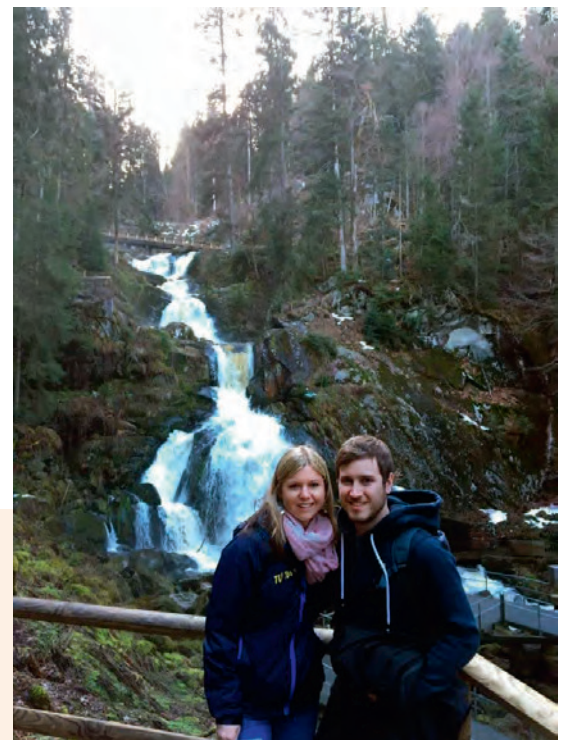
Am besten erhole ich mich in Gesellschaft meiner Freunde, beim Mountain-

biken oder in den Bergen beim Snowboarden.

Wo sehen Sie sich beruflich in zehn Jahren?

Am liebsten als Country Manager bei Air Canada, welches Land ist noch offen.

Das Interview wurde schriftlich geführt



*** Steckbrief**

Name: Sinan Cirit
 Jahrgang: 1987
 Nationalität: Schweiz/Türkei
 Wohnort: Winterthur
 ODEC-Mitglied: seit 2012

Aktuelle berufliche Tätigkeit

Sales Account Executive bei Air Canada (Verantwortung für den Gesamtumsatz des Konzernportfolios in der Höhe von CHF 5'000'000.-; Preisanalysen, Projektmanagement, Vertragsverhandlungen, Verkaufsgespräche, Verhandlungen für Marketingfonds, Planung von Marketingmassnahmen)

Curriculum vitae

- ▶ seit 2016 Sales Account Executive Air Canada
- ▶ 2012 – 2015 Sales Executive Corporate Air France – KLM Delta
- ▶ 2011 – 2012 Regional Marketing Representative – Turkish Airlines
- ▶ 2009 – 2011 Sales & Operation Supervisor – Turkish Airlines
- ▶ 2008 – 2009 Militärdienst – Schweizer Luftwaffe
- ▶ 2005 – 2008 Kaufmännische Lehre

Ausbildung

- ▶ 2015 – 2017 Hochschule Luzern
 Master of Advanced Studies in Brand & Marketing Management,
 Certificate of Advanced Studies in Sales & Distribution Management,
 Certificate of Advanced Studies in Product Management & Marketing
- ▶ 2014 Fachhochschule Nordwestschweiz
 Certificate of Advanced Studies in Key Account Management
- ▶ 2011 – 2013 Hochschule Luzern
 Dipl. Tourismusfachmann HF
- ▶ 2005 – 2008 Wirtschaftsschule KV Winterthur