



EDITORIAL

von Herausgeberin
Elo Resch-Pilcik

Mittwoch

Trendstudien rund um den Jahreswechsel haben Tradition. Viele davon sind Auftragsarbeiten, bei denen der Kunde gewisse Entwicklungen untermauert wissen möchte. Nicht, dass diese Ergebnisse dann bei den Haaren herbeigezogen wären, aber überzeugender sind eindeutig Untersuchungen, die sozusagen der wahren Realität zuliebe erstellt werden. Wenn also Grundlagenforscher Peter Zellmann „seine“ Trends im Tourismus präsentiert, lohnt es sich, genauer hinzuhören. Eine seiner Thesen besagt, dass Kunden immer weniger vorherberechenbar werden. Einmal Luxus, einmal Askese. Nur wann welche Erholungsform angesagt ist, lässt sich eben nicht festmachen. Was das emsige Datensammeln aller Fluglinien, Hotels oder Buchungsplattformen konsequent gedacht ein bisschen ad absurdum führt. Denn, so Zellmann, „Daten sammeln hat mit Bedürfniserfassung wenig bis gar nichts zu tun“ Ist der Hype um Big Data also etwa auch nur eine Blase? Schaut fast so aus.

Donnerstag und Freitag

Besuche bei gleich zwei erfolgreichen, inhabergeführten Unternehmen: Columbus Dr. Richard und Sunny Cars. Eines ein traditionsreiches Familienunternehmen, das auf vier Säulen steht, das andere erst 27 Jahre jung und voll auf Autovermietung, wenn auch in unterschiedlichen Varianten, spezialisiert. Dennoch haben sie weitere Gemeinsamkeiten. Sie wissen um die Bedeutung motivierter und zufriedener Mitarbeiter - und sind auch regelmäßig auf der Suche nach solchen. Es ist schön zu sehen, dass der Faktor Menschlichkeit und wirtschaftlicher Erfolg keineswegs ein Gegensatz sein müssen. Und genau das ist es, was beide Unternehmen so sympathisch macht. ☺

INHALT

BRENNPUNKT Seite 4
Urlaubstrends: Reisen abseits der Masse

INTERVIEW Seite 6
Alexander Richard, Inhaber
und Geschäftsführer Columbus Reisen

SCHIFF Seite 8
Hapag-Lloyd Cruises:
neue Kataloge zu den neuen Schiffen

FLUG Seite 10
Interview: Hubert Frach,
Divisional Senior Vice President
Commercial Operations, West, Emirates

VERTRIEB Seite 11
Thomas Cook macht Liege buchbar
Sunny Cars: freiwillige Kundengeldabsicherung

DESTINATION Seite 13
Amel Malouche Kallel,
Director of Tourist Markets, Tunesien
Mohamed Abdel Gabbar,
Direktor des Ägyptischen FVA für DACH & Polen

VERANSTALTER Seite 15
50 Jahre Gruber-reisen

STÄDTETIPP SEATTLE Seite 16
THEMA DEUTSCHLAND Seite 18
THEMA ITALIEN Seite 20
REPORT RIOJA Seite 22
THEMA ÖSTERREICH Seite 24
REPORT KRETA Seite 26
THEMA GRIECHENLAND Seite 28

ADABEI Seite 33
Visit USA Seminar



Sommer 2018

Austria
JAHN 
REISEN

GRIECHENLAND ERLEBEN

- Mystische Landschaften
- Pittoreske Schönheiten
- Legendäre Sonnenuntergänge

JAHN REISEN, eine Marke der REWE Austria Touristik GmbH, 1070 Wien. www.jahnreisen.at

URLAUB, WIE ICH IHN MAG.

Reise-Inspirationen

Urlaub abseits der Masse

In auftragsunabhängigen Studien hat Grundlagenforscher Peter Zellmann, Leiter des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT), Zukunftstrends im Tourismus ausgearbeitet. Einige Änderungen zeichnen sich bereits seit Längerem ab, aber ist die Reisebranche auf die künftigen Anforderungen vorbereitet?

Foto: tobagostyle.travel



Urlaub, abseits der Massen, gewinnt zunehmend an Bedeutung für die Reisenden

Gleich zehn essentielle Zukunftstrends im Tourismus hat Peter Zellmann, Leiter des IFT, im Rahmen eines Pressegesprächs präsentiert, bei dem ein neues Messe-Format im Mittelpunkt stand: Erstmals finden von 20. bis 22. Feber 2018 – Dienstag bis Donnerstag – im Wiener MuseumsQuartier die „Reise-Inspirationen“ statt. Konzipiert wurde die Veranstaltung von Ellen und Ludwig Büll von Messen & Kongressen als „Travel-After-Work-Event“. Angesprochen wird eine aktive, urbane Zielgruppe, die Reiseideen abseits des Mainstreams sucht. Außergewöhnliche Destinationen, originelle Unterkünfte und kreative Angebote werden – bei freiem Eintritt – präsentiert. Zeit-Reisen in die Welt der Wikinger oder Römer, eine Hexen- und Zauberschule, Eselwandern im Burgenland, ein Eishotel in Rumänien, Nächtigen in einer Weinfass-Suite oder im Leuchtturm – Individualisten, die Urlaub abseits der Masse suchen, sollten ausreichend Inspirationen finden. Der neue Reise-Event entspricht damit einem der Trends, die Peter Zellmann festgestellt hat.

INDIVIDUUM STATT HERDE

„Der Herdentrieb im Urlaub hat ausgedient“, konstatiert Zellmann. Immer mehr Menschen wünschen sich individuelle Urlaubsangebote, die allerdings durchaus als Bausteine vororganisiert sein können.

Genau dieser Entwicklung folgen die „Reise-Inspirationen“. Je individueller der Urlaubswunsch, desto größer die Chance für Reisebüros, mit Beratung zu punkten. „Dem Kunden muss das was wert sein. Reisebüros, die ihre Beratungsleistung nicht verpreisen, haben was nicht verstanden“, hält der Trendforscher fest.

ZEITALTER DER „LUXESE“

Sparen und doch auch bedenkenlos Geld ausgeben, also eine Kombination von Luxus und Askese. Diese beiden Extreme vereinen immer mehr Konsumenten und werden dadurch auch weniger berechenbar. Was den Hype um Big Data wiederum in Frage stellt. „Datensammeln hat mit Bedürfniserfassung wenig bis nichts zu tun“, erklärt Zellmann.

FAST FOOD-REISEN

Lieber öfter und kürzer und dabei viel erleben. Die freie, selbstbestimmte Zeit nimmt ab und wird daher zu einem immer kostbareren Gut, so die These.

VOM WOHLSTANDS- ZUM WOHLFÜHLTOURISMUS

Möglichst einzigartige Erlebnisse statt lauten Events und organisiertem Frohsinn. Menschen leben gesünder, bewusster und aktiver und inszenieren ihr Wohlbefinden z.B. über Social Media-Kanäle. Die Rahmenbedingungen dafür müssen die Veranstalter allerdings noch schaffen bzw. ausbauen.

ERLEBNIS- STATT ZIELGRUPPEN

Die Kategorisierung in Zielgruppen war gestern. Jetzt gehe es laut Zellmann darum, Erlebnisgruppen anzusprechen. Mit alten Methoden sei das jedoch nicht darstellbar. Eine Erlebnisgruppe ist alters- und geschlechtsunabhängig und definiert sich ausschließlich über Inhalt bzw. Qualitätsanspruch im Urlaub.

HIGHTOUCH STATT HIGHTECH

Der Trend ist klar: weg von der Hardware, hin zur Software. In der Praxis heißt das, dass die Infrastruktur an Bedeutung verliert und die Dienstleistung gewinnt. Beste Qualität im Service, Emotionen und Empathie der Mitarbeiter werden immer wichtiger. Es kommt auf Kommunikationskompetenz und Konfliktmanagement an. Die persönlich bezogene Dienstleistung rückt in den Fokus. „Der Tourismus könnte zu der Leitwirtschaft im Dienstleistungs-Zeitalter werden“, zeigt Zellmann auf.

„TRENDNER“ STATT RENTNER

Der Vormarsch der „Best Ager“, die nicht so, und schon gar nicht „Senioren“, genannt werden wollen. Die Generation 50 plus von heute entspricht den 30- und 40-Jährigen der 70er Jahre. „Eine völlig verkannte Gruppe“, so Zellmann. Sie haben Geld und Zeit und definieren ihr Jungsein neu über aktive Erlebnisse und guten Service. „Der Jugendwahn wird endgültig der Vergangenheit angehören und das Älterwerden zur lohnenden Zukunftsinvestition für die Gesellschaft“, postuliert der Trendforscher.

SKIURLAUB FÜR DAS OBERSTE DRITTEL

Der klassische Skiurlaub war, so Zellmann, schon immer dem obersten Drittel der heimischen Bevölkerung vorbehalten. Für diese Gruppe ist Winterurlaub ohne Schnee bzw. ohne künstliche Beschneigung undenkbar. Wellness-Angebote können Skipisten und Langlauf-Loipen nur ergänzen, aber nicht ersetzen.

WAS ZÄHLT: 5 S

Einige Bedürfnisse sind fast allen Urlaubstypen wichtig -die 5 S: Schönheit der Landschaft, Sauberkeit der Unterkunft, Sicherheit vor Ort, Schutz vor Risiken und Sehenswürdigkeiten in der Umgebung.

AUTHENTIZITÄT GEWINNT

Parallel zu den Urlaubsmotiven wechseln Besucher ihre Reiseidentität: einmal Wellness, einmal Aktiv-Trip, einmal Familienurlaub als Städtereise. Ein einzelnes Urlaubsmotiv wird es künftig nicht mehr geben. Was für die Anbieter bedeutet, dass sie ihre Marken schärfen und klarer positionieren müssen. Das authentische Erleben wird immer wichtiger. „Die thematische Austauschbarkeit von Reise-Angeboten ist *die* touristische Todsünde schlechthin“, fasst Zellmann zusammen.

Auch wenn sich einige der Trends schon seit geraumer Zeit manifestiert haben, scheint doch klar, dass die Reisebranche zumindest in einigen Bereichen noch einen beträchtlichen Aufhol- bzw. Adaptierungsbedarf vor sich hat. **ERP** ●

EINE WELT.

EINE BRANCHE.

EINE MARKE.

itb.travel



ITB
BERLIN

THE WORLD'S
LEADING TRAVEL
TRADE SHOW®



i REISE-INSPIRATIONEN

Reise-Inspirationen – der „Travel-After-Work-Event“

Dienstag, 20., – Donnerstag, 22. Feber 2018, täglich von 13:00 bis 21:00 Uhr, Museumsquartier

Für Menschen mit besonderen Bedürfnissen stehen kostenlos Messe-Guides sowie ein Gebärdens-Dolmetscher (nach Anmeldung über www.reise-inspirationen.at) zur Verfügung. Am 21. Feber ab 19:00 geht auf der Arena 21 eine stilechte Fiesta Mexicana über die Bühne. Am 22. Feber ebenfalls ab 19:00 Uhr unterhält ein literarisch-musikalischer Abend mit Schriftsteller Radek Knapp und den „Drei schrecklich sensiblen Slawen“. An allen Messetagen liest ab 18:00 Uhr der Blogger Jakob Horvat (<https://www.thousandfirststeps.com>). Der Eintritt zur Messe und den Abendveranstaltungen ist kostenlos.

i BUCHTIPP

Die Urlaubsrepublik - Die Zukunft des Tourismus in Österreich
Peter Zellmann, Sonja Mayrhofer
Manz Verlag, 239 Seiten, 22 Euro