



Alltagsdefizite wettmachen

All das, was im Alltag auf der Strecke bleibt, im Urlaub möglichst schnell aufzuholen und auszugleichen ist laut einer aktuellen Studie eine zentrale Erwartung an den Urlaub, die quer durch alle Bevölkerungsgruppen häufig genannt wird.

Text: Oliver Pichler

Eine relativ kurze Anreise, keine Sprachbarrieren, viel Erholung und gleichzeitig etwas zu erleben, das erwarten sich, laut jüngster Tourismusstudie der Stiftung für Zukunftsfragen, die Deutschen vom Urlaub in Österreich ganz besonders. Der Wunsch, dass der Urlaub einen Kontrast zum Arbeitsalltag darstellen soll, ist dabei von großer Bedeutung. Das entspricht auch Erkenntnissen der Österreich Werbung, die besagen, dass ein Österreich-Urlaub für die Deutschen so etwas ist wie der „Sonntag im Wochenverlauf“. Insgesamt verbinden die Deutschen, so die Experten der Stiftung, mit Urlaub fünf zentrale Wunsch-Schwerpunkte.

I. Regeneration

Körperliche und geistige Regeneration, also Ruhe, Erholung, Entspannung sowie Möglichkeiten moderat aktiv zu sein, erwähnen die Befragten ganz zentral als Facetten, die eine Urlaubsreise ausmachen. Hierbei schneidet Österreich im Nationenvergleich sehr gut ab.

II. Preis-Leistungs-Verhältnis

Für das Urlaubsglück als sehr wichtig erwähnt wird, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen muss. Hand in Hand damit gehen die Erwartung an eine ansprechende Unterkunft und ein schmackhaftes Essen. Insbesondere Spanien und Kroatien haben hier die Nase vorne.

III. Natürliche Gegebenheiten

Eine schöne Landschaft, gutes Wetter und Bademöglichkeiten werden auf jeden Fall gesucht. Diese natürlichen Gegebenheiten haben ein ähnliches Gewicht wie die materiellen Rahmenbedingungen. Österreich wird dabei an vorderer Front gesehen.

IV. Menschen vor Ort

Für das besondere Wohlfühlen deutscher Urlauber kommt den Menschen vor Ort große Bedeutung zu, den Mitarbeitern im Tourismus ebenso wie den Einheimischen. Trotz der gemeinsamen Sprache rangiert Österreich, was Gastfreundschaft betrifft, hinter Italien und Frankreich.

V. Erlebnisse

„Man möchte etwas erleben, von dem zu Hause berichtet werden kann und an das man sich lange zurückerinnert“, beschreibt die Stiftung für Zukunftsfragen die Sehnsucht der Deutschen nach Erlebnissen & Sehenswürdigkeiten. Griechenland, die USA und Spanien rangieren bei diesem Thema vor Österreich.

EMOTIONALITÄT STATT SACHLICHKEIT

Den „Abschied von der Sachlichkeit“ predigt Berater und Autor Markus Hornung in seinem aktuellen Buch. Es sind in erster Linie Emotionen, mit denen potenzielle Gäste angesprochen und bestehende gebunden werden können. Speziell in Zeiten schneller und enorm vielfältiger Kommunikation bleibt hängen, was emotionalisiert, während Rationales vorerst unbeachtet bleibt. Hornung hat eine solide, gut lesbare Einführung in die Welt der Emotionen verfasst, die anwendbares Wissen abseits theoretisch-psychologischer Komplexität liefert. Markus Hornung, „Der Abschied von der Sachlichkeit – Wie Sie mit Emotionen tatsächlich für Bewegung sorgen“, Business Village Verlag, 2015, 25,50 Euro

SAMSUNG: 185.000 VR-BRILLEN

Virtual Reality (VR) ist schon längere Zeit ein Trendthema mit viel Potenzial, ob bei Videospiele, zur Darstellung von Reise-Destinationen, um sich ins Hotel seiner Wahl bereits vorab dreidimensional „hineinzufühlen“ etc. Aber beim Endkonsumenten ist die virtuelle Realität bisher noch nicht so richtig auf breiter Basis angekommen. Daher ist es überraschend, dass Samsung beachtliche Verkaufszahlen von seiner VR-Brille „Gear VR“ meldet. Von der Brille, die in Kombination mit den gängigen Samsung Galaxy Smartphones funktioniert, wurden in Deutschland seit Ende 2014 stolze 185.000 Stück verkauft. Grund genug für die Tourismusbranche, VR-Einsätze konkreter anzudenken.

ARCHITEKTUR ALS MARKETING-FAKTOR

„Bau und Betrieb von Hotels“ ist der Titel einer internationalen Fachtagung am 7. und 8. September 2016 in München. Dabei ist etwa die Frage, wie Hotel-Architektur kurz- und längerfristig als Marketing-Faktor genützt werden kann, ein Thema. Zwei Tage lang geht es um Trends im Hotelbau, um innovative Konzepte und zukunftsfähige Architektur, darum, wie Hoteldesign schön & intelligent gleichermaßen sein kann oder um die Themen Nachhaltigkeit & Effizienz. Veranstalter: Management Forum Starnberg, www.management-forum.de