

Prognosen für 2017

Das Buchungsportal booking.com hat unlängst seine Reisetrend-Prognose für 2017 abgegeben. Und die Plattform welovefamily.at hat Familien in Sachen Urlaub befragt. Die wichtigsten Ergebnisse beider Quellen im Überblick.

Text: Oliver Pichler

„Jetzt und sofort“ lautet der Anspruch der Reisenden von heute, die sich gleichzeitig mit Nachdruck wünschen, „den hektischen Alltag hinter sich zu lassen“, um Geist, Körper und Seele etwas Gutes zu tun. Öko, Umweltfreundlichkeit & Nachhaltigkeit haben für Reisende einen höheren Stellenwert denn je, wenn auch ihre dahingehende Erwartungshaltung in der Regel unkonkret ist. „Erlebnisse und Inspiration“ sind den Reisenden wichtiger als Luxus-Services. Und trotz aller technologischer Möglichkeiten sind „freundliche, hilfsbereite Mitarbeiter“ ein entscheidender Faktor für die Urlaubszufriedenheit. So lässt sich die „Trendprognose: So reisen wir 2017“, erstellt von booking.com, zusammenfassen.

Prozent ein Ferienhaus und 19,9 Prozent Pensionen. 93,2 Prozent aller Reisen führten nach Europa (inklusive Österreich). Bei Mehrfach-Nennungsmöglichkeit bezeichneten 70,8 Prozent der Familien „Relaxurlaub mit Sonnenbaden und Faulenzen“ als „Traumurlaub“, „Natur-Urlaub“ (28,4 Prozent) folgt an zweiter Stelle. „Eine schöne Zeit mit den Kindern ohne Stress zu erleben“ ist für 62,8 Prozent der wichtigste Urlaubswunsch.



Laut Umfrage für Reisende bereits unverzichtbar: digitaler Informationsfluss

Informationen aller Art ständig in umfassendem Ausmaß digital (via App oder Online) verfügbar zu haben, ist für Reisende unverzichtbarer Teil des Urlaubs. Funktioniert der Info-Fluss nicht, wirkt sich dies unmittelbar negativ auf die Gästezufriedenheit aus. Für booking verwischen die Trennlinien zwischen Geschäfts- und Urlaubsreise noch mehr. Gleichzeitig wächst der Appetit auf Neues. „Nächstes Jahr abenteuerlustiger zu werden, was die Wahl des Urlaubsziels angeht“, wollen 45 Prozent der von booking Befragten.

Reisen mit Anhang

„Urlaub mit Kindern – Himmel oder Hölle?“ ist der Titel der vom Familien-Portal welovefamily.at durchgeführten Umfrage. Rund 50 Prozent der befragten Familien gaben an, dass es deutlich mehr speziell auf Familien mit Kindern ausgerichtete Urlaubsangebote geben sollte. 40,2 Prozent betonten, „es gibt einige Angebote, aber man muss wirklich suchen“. Der überwiegende Anteil (81 Prozent) der Familien war seit Geburt des Kindes/der Kinder bereits auf Urlaub, wobei sich Aufenthalte im Inland beziehungsweise im Ausland die Waage halten. Und 75,1 Prozent waren, seit sie Kinder haben, kein einziges Mal alleine mit dem Partner auf Urlaub. Bei Quartieren (Mehrfachnennungen möglich) bevorzugt die Hälfte Vier-Stern-Hotels, 31,2 Prozent Appartements, 27,9

TELEFONIEREN – IMMER NOCH WICHTIG

Das Telefon ist und bleibt für den Kontakt mit künftigen Gästen ein zentrales Instrument. Es wird meist dann gewählt, wenn die Kommunikation via E-Mail an ihre Grenzen stößt. Insbesondere dem professionellen Telefonieren in Zeiten von Internet, E-Mail & Co widmet sich der Ratgeber „Meine Gäste – meine Fans“, erschienen im Trauner Verlag. Die beiden Autorinnen Elisabeth Motsch und Sabine Rohrmoser widmen sich unter anderem den fünf häufigsten „Telefon-Fehlern“: 1. Den Anrufer nicht mit Namen ansprechen. 2. Nur die Antwort „... tut mir leid, da sind wir ausgebucht“ geben, wenn das Hotel ausgelastet ist. 3. Für ein Angebot nur den Namen und die E-Mail-Adresse des Gastes abfragen. 4. Mit der spontanen Aussage „... da haben wir noch genügend Zimmer frei“ antworten. 5. Nach kurzem Gespräch sofort ein Angebot per E-Mail anbieten.

Buchtipp: „Meine Gäste – meine Fans“, Trauner Verlag, E. Motsch und S. Rohrmoser

STÄRKEN VON PROSPEKTEN NÜTZEN

„Je mehr Reize aufs Gehirn einwirken, desto mehr emotionale Verankerungen gibt es“, liefert Neuroforscher Kai Markus Müller die theoretische Grundlage dafür, etwa bei Prospekten ihre ganzheitliche Wirkung zu nützen. Übers Anfassen, Riechen, Schmecken, Hören und Sehen stünden, so Experte Müller, viele Ebenen zur Verfügung, um sich unvergesslich zu machen. Speziell auf die Olfaktorik (Gerüche) und die Haptik (durch angreifen fühlen zu können) zu setzen, rät der Forscher bei Prospekten. Zumal das Stärken sind, die Online und andere Medien nicht bieten können.

GOOGLE & WIFI WERBEAUSBILDUNGEN

Die Wirtschaftskammer Salzburg hat gemeinsam mit Google neue Ausbildungsprogramme konzipiert. Online-Werbung, Suchmaschinenoptimierung und zahlreiche weitere Möglichkeiten, im Web auf sich aufmerksam zu machen, stehen im Mittelpunkt. Bei der Wirtschaftskammer ist man stolz darauf, Google an den Lehrgängen beteiligt zu haben. Mit Start im Februar 2017 (Dauer zwei Semester) werden berufsbegleitende Diplomlehrgänge angeboten: „Digitale Strategie und Projektmanagement“ beziehungsweise „Content Marketing, Text und Online Redaktion“.

www.wifisalzburg.at