

Tourismus 2025 – Fit für die Zukunft?

Der Tourismus bewegt sich stets im Wandel der Zeit und unterliegt einem ständigen Weiterentwicklungsprozess, der geprägt ist von Innovationen und neuen touristischen Attraktionen. Im Wandel der Zeit stehen auch die veränderten gesellschaftlichen Werte und Konsumvorlieben, die massiven Einfluss auf die Wirtschaft rund um den Globus und besonders im Tourismus haben. Der Alpine Tourismus ist mittlerweile vergleichbar mit einem japanischen Schwimmbad. In ihm tummeln sich Massen an Menschen. Die Massen an Betrieben und damit verbunden die hohe Vergleichbarkeit von Destinationen und Hotels erhöht somit den Preisdruck und reduziert die Chance auf nachhaltigen Ertrag. Die Aufenthaltsdauer im Alpenraum ist in den letzten Jahren signifikant gesunken. Der Wettbewerb in den eigenen Reihen wird zunehmend härter. Speziell im urbanen Bereich ist die Markenhotellerie weiter im Vormarsch und die rücklaufende Entwicklung der 1- bis 2-Stern Häuser in der Ferienhotellerie nimmt seinen Lauf. Die Nachfolgeregelung von tausenden kleinen Betrieben bleibt weiterhin unsicher. Dazu werden die hohe Qualitätsorientierung und Mobilität sowie die hohe Vernetzung der Menschen u.a. zur Herausforderung der Zukunft.

Tourismus 2025 – Fit für die Zukunft? Das ist der Titel eines speziellen Buches, das die veränderten gesellschaftlichen Werte und die Trends im Tourismus aufzeigen und den Gast der Zukunft beschreiben. Das Buch, das von Tourismus- u. Strategieexperten aus dem Tourismusbereich geschrieben wurde, skizziert praktische Lösungsansätze und gibt Tipps, wie Tourismusfunktionäre und Hoteliers, adäquate Konzepte zu den 6 neuen Wertefeldern: **EGO-Tourismus, Neo-Health, Native-Eco, Inspiration, know how... und VerNETZung** entwickeln können. Individualität, ICH-Konsum, der Sinn zum Speziellen, Sprunghaftigkeit und ökologisch orientiert, beschreiben u.a. den Gast von morgen. Gäste werden verstärkt Angebote suchen, die ihnen einen persönlichen und nachhaltigen Nutzen bringen. Dabei spielen Angebote zur kreativen und geistigen Inspiration oder der Verbesserung ihrer Vitalität und Gesundheit entscheidende Rollen. Die Verschmelzung von Gesundheit und Tourismus wird zukünftig immer stärker. Der Tourismus im Alpenraum entwickelt sich dabei in drei grobe Stoßrichtungen: **Genuss-Wellness, Holistic Vitality und Medical Regeneration**. Die drei Stoßrichtungen steigern sich in der medizinischen Betreuung, wobei Medical Regeneration den höchsten medizinischen Anteil hat. Dabei geht es wahlweise um eine ganzheitliche Regeneration, wobei die Ernährung eine wichtige Rolle spielt oder um das Behandeln von bestimmten Krankheiten. Holistic Vitality deckt den ganzheitlichen Fitness- u. Vitalitätsbereich ab, der genauso eine Leistungsdiagnostik, individuelle Bewegungs- u. Sportkonzepte, als auch Mentaltraining und Wellness zur Entspannung bereitstellt. Beim klassischen Wellnessthema wird sich zunehmend die Spreu vom Weizen trennen. Die qualitätsorientierten Wellnessbetriebe werden den hohen Ansprüchen der Gäste der Zukunft gerecht werden und Profite erwirtschaften. Nicht die Größe des Wellnessbereiches macht dabei den Unterschied, sondern die Qualität am Gast, die Inspiration die der Gast erfährt, der hohe Entspannungsgrad, der erzielt wird etc.

Der Gast der Zukunft informiert sich mehr und wird kritischer sein, er verlässt sich nicht mehr nur auf die Werbung oder Verkaufsbroschüren. Der Gast selbst wird immer mehr zum Co-Experten. Er will genau wissen und verstehen, wie etwas unter welchen Rahmenbedingungen entsteht, wie und warum etwas funktioniert und woher es kommt. Die Gäste von morgen, möchten lieber mittendrin sein, statt nur dabei. Es klingt paradox, aber obwohl sich die Menschen vor Reizüberflutungen nicht mehr retten können und ständig neues Wissen aufnehmen, ist die Lust Neues zu lernen, das der Persönlichkeit nahe kommt, sehr groß. Der alpine Tourismus bietet für den Gast, mit seinen natürlichen Ressourcen, ausgezeichnete Voraussetzungen Neues zu lernen. Den Gästen wird das intensive Erlebnis mit und in der Natur wichtiger denn je. Der intrinsische Drang nach Freiheit, im Urlaub frei von Zwängen zu sein, zu fundamentalen Werten, wie Tradition und Regionalität, benötigt für die Individualisierungsgesellschaft neue adäquate Konzepte. Nachhaltiges Gästebeziehungsmanagement wird im Zeitalter der VerNETZung zum wichtigsten Marketinginstrument der Zukunft. Ein Weg zum perfekten Beziehungsmanagement führt über den „Buddy“. Der Buddy ist kurz erklärt ein Gästebeziehungsmanager, der alle Aktivitäten und Bedürfnisse von Gästen im Detail kennt und strukturiert erfasst. Erst durch das Erfassen und Auswerten von Informationen über Vorlieben und Wünsche der Gäste, können die Hoteliers völlig neue und bedarfsorientierte Leistungen anbieten, um so dem Wettbewerb einen Schritt voraus zu sein. Je individueller und punktgenauer die Angebote sind, desto erfolgreicher werden sie sein.

Tourismus 2025 - Fit für die Zukunft? behandelt alle wesentlichen Aspekte, die zukünftig eine zentrale Rolle in der Tourismuswirtschaft spielen, um die Gunst des Gastes von morgen zu erhalten. Die Autoren möchten mit dem Buch nicht nur Touristikern und Hoteliers wertvolle Denkanstöße geben, sondern auch einen karitativen und menschlichen Impuls auslösen. So wurde eine Kooperation mit der Österreichischen Kinder-Krebs-Hilfe geschlossen. Für jedes verkaufte Buch erhält die **Österreichische Kinder-Krebs-Hilfe eine Spende von 2,- Euro** für Ihre Nachsorgecamps.

FAZIT:

Die Grundmotive für einen Urlaub in den alpinen Destinationen werden zwar grundsätzlich weiter Bestand haben. Was sich ändert ist, dass diese Grundmotive fragmentierter und selektiver werden und dass manche Grundmotive, die bis dato nur eine geringe Rolle gespielt haben, eine wesentlichere Bedeutung in der Kaufentscheidung bekommen und andere Motive neu hinzukommen.

In Zukunft werden jene Betriebe und Destinationen die Nase vorne haben, die sich auf bestimmte Themen und/oder Gästegruppen spezialisieren und somit ganz bestimmte Motive, ganzheitlich bedienen. Durch die Fokussierung wird nicht nur die Effizienz erhöht, sondern auch die Profitabilität, da die Gäste für Spezielles auch bereit sind mehr zu zahlen. Die Werte und Bedürfnisse: EGO-Konsum, Inspiration, Sprunghaftigkeit, den intrinsischen Drang Neues zu erleben, Vitalität und Gesundheit u.v.m. werden die Angebotsentwicklung in der Tourismuswirtschaft maßgeblich beeinflussen. Detailliertes Wissen über die Bedürfnisse der angestrebten Gästegruppen, macht das Beziehungsmanagement zum wichtigen Managementinstrument. Wer Beziehungsmanagement aktiv und ernst betreibt hat die Chance neue bedarfsorientierte Angebote zu entwickeln, die Gäste begeistern, eine hohe Weiterempfehlung generieren und schlussendlich höhere Profite erwirtschaften. Die Zusammenarbeit und Vernetzung von Beherbergungsbetrieben, div. Leistungsträgern und der Tourismusverbände müssen in diesem Zusammenhang zukünftig intensiver werden, um auf der Marketing- u. Vertriebsseite nachhaltiger agieren zu können. Ebenso geht zukünftig kein Weg mehr an der digitalen Vernetzung und Präsentation des Betriebes vorbei. Wer hier professionell agiert, erhöht seine Buchungsraten signifikant und nebenbei mit hoher Wirtschaftlichkeit.

Der Tourismus befindet sich in einem ständigen Wandel und ist einer ständigen Bewegung ausgesetzt. Gerade Veränderungen in der Werthaltung und bei den Vorlieben der Menschen, bringen auch Veränderungen in der Kaufentscheidung für die Wahl der Urlaubsdestination und der Art und Weise, wie man seinen Urlaub verbringt. Der Wandel der Zeit passiert in jedem Fall und unaufhörlich. Die Frage ist nur: „Wer ist dabei“? Wer ist fit für die Zukunft?

Nähere Informationen:

Christoph D. Albrecht (Herausgeber und Autor)

info@tourismus2025.at

Info und Buchbestellung unter www.tourismus2025.at

Tel. +43 (0)676/538 1200