

Echte Erlebnisse im Fokus

Der Basler Futurist Gerd Leonhard glaubt, dass sich der Tourismus in der digitalisierten Welt stark verändert. «Gefragt sind in Zukunft echte, verkörperte Erlebnisse», so der Zukunftsforscher.

Die Virtual-Reality-Brille, mit der wir das Ziel unserer Träume schon mal im Voraus besuchen, ersetzt künftig den Reisekatalog. In der komplett digitalisierten Gesellschaft, auf die wir zusteuern, ändert sich nicht nur die individuelle Planung von Reisen, sondern auch das Marketing der Destinationen. Im touristischen Überangebot der Zukunft werden viele Inhalte, Produkte und Services austauschbar und beliebig sein. Deshalb steigt die Nachfrage nach echten, verkörperten Erlebnissen und Erfahrungen. Der Basler Futurist Gerd Leonhard nennt sechs globale Trends im Tourismus.

«Heute können wir als virtuelle Touristen bereits die sieben Weltwunder in 3-D besuchen. Kommt die Malediven-Reise der Zukunft auch aus der digitalen Konserve?», fragt Gerd Leonhard in seiner aktuellen Abhandlung zum Thema «Tourismus-Trends der Zukunft». Seine Antwort lautet: «Nein. Denn im Überfluss der digitalen Gesellschaft zählt nur das persönliche Erlebnis. Immer mehr Touristen fragen sich: Ist das, was ich erleben möchte, echt, ehrlich, und ist es etwas Einmaliges? Oder ist es ein beliebiges Angebot, das ich vielleicht auch virtuell simulieren kann? Das Preis-Leistungs-Verhältnis bezieht sich nicht mehr bloss auf Produkte und Services, sondern auch auf innere Werte und emotionale Erfahrungen, denn in einer vernetzten Welt herrscht aussen der Überfluss, während innen oft Knappheit regiert.»

Bei seinen Forschungen hat Gerd Leonhard die sechs folgenden globalen Tourismus-Trends entdeckt:

Tourismus-Marketing erfindet sich neu
Der Tourismus der Zukunft ist hypervernetzt, mobil und sozial. Die Organisation einer Reise kann ziemlich anstrengend sein und ist oft der stressigste Teil der ganzen Ferien. Smarte Apps und intelligente digitale Assistenten, auf denen sich personalisierte Ferien und Angebote individuell zusammenstellen lassen, werden den Last-Minute-Reisemarkt schon bald dominieren und mir mein persönliches Reiseprogramm zum bestmöglichen Tarif vorschlagen.

Neue Planungstools und neue Augmented/Virtual-Reality-Geräte machen es möglich, dass wir eine Destination virtuell bereisen, bevor wir auch physisch hingehen werden (zum Beispiel mit Microsofts HoloLens oder Facebooks Oculus Rift).

Gäste gewinnt man in Zukunft durch individuell angepasste Angebote, Werbung wird zu Inhalten (siehe Red Bull, Landrover oder Nike). Das Tourismusmarketing wird sich darum immer mehr in Richtung Mundpropaganda entwickeln.

Die Freude, etwas zu verpassen

The Joy of Missing Out – JOMO – wird genauso wichtig wie FOMO – The Fear of Missing Out. Immer mehr Menschen müssen nicht mehr unbedingt alles haben, nicht mehr alles tun, was andere auch tun, nicht mehr nonstop online und up to date sein. Diese Entwicklung ist eine riesige Chance für den Tourismus. Die Devise in einer Welt, in der das Immer-vernetzt-Sein der neue Standard



Aktives, körperliches Erleben statt passiven Konsumierens: So sieht Futurist Gerd Leonhard die Zukunft des Tourismus.

ist, lautet: Leistet euch den Offline-Luxus, genießt den Moment. Technologie-Müdigkeit greift um sich. Viele Menschen wollen mehr echte Erlebnisse, mehr unverbundene Natur, mehr Stille und, eher unbewusst, die Langeweile wiederentdecken.

Teilen statt Besitzen

Die Ökonomie des Teilens ist eine wachsende Realität: Nicht jeder Konsument muss besitzen, um zu genießen, und nicht jeder Service muss von professionellen Anbietern kommen. Der gigantische Erfolg von Airbnb ist der Beweis. Car-Sharing und Ride-Sharing für alles wird kommen. Es geht auch luxuriös: Jet Smarter ist eine App, die es Reisenden ermöglicht, auf privaten Jets mitzufahren.

Nachhaltigkeit ist das neue Profitieren

Das Mantra der globalen Wirtschaft der Zukunft wird nicht mehr Profit um jeden Preis sein, denn diese Rechnung geht nur in einem Markt auf, der nicht immer mehr Überfluss produziert, wie es im Tourismus der Zukunft der Fall ist. Mehr ist nicht immer besser, in Zukunft schlägt Nachhaltigkeit alles andere.

Die «Silver Surfers» kommen

70 ist das neue 50. Das gilt natürlich auch im Tourismus. Die demografische Entwicklung führt dazu, dass immer mehr Rentner unterwegs sein werden. Diese wollen zwar langsamer reisen als die Jungen, aber sie sind die künftigen Big Spender – also geben am meisten Geld aus. Die sogenannten «Silver Surfers», Senioren, die sich online nach Reisedestinationen umsehen, stellen ein riesiges Potenzial dar.

Rebel Chic

Rebellische Anbieter und Querdenker gewinnen in Zukunft, weil die Menschen innovative Angebote und Erfahrungen suchen, die sie nicht bereuen werden. 45 Prozent aller Deutschen fühlen sich zu Marken hingezogen, die ein rebellisches Image haben. In China sind es sogar 57 Prozent, in den USA und Japan 46 und 42 Prozent. Unkonventionelles wird zum Mainstream. Tourismus-Organisationen müssen versuchen, dazuzugehören. Zum Beispiel durch ein Angebot, welches das Wi-Fi blockiert.

www.thefuturesagency.com

«Dem Tourismus stehen goldene Zeiten bevor!»

Gerd Leonhard ist überzeugt, dass der zunehmende Wohlstand den Tourismus beflügeln wird.

Gerd Leonhard, die Tourismus-Branche steht – wie alle anderen Branchen auch – vor immer neuen Herausforderungen. Wie schätzen Sie persönlich die Zukunft des Tourismus-Business ein?

Ausgesprochen positiv. Dem Tourismus stehen goldene Zeiten bevor!

«Goldene Zeiten»? Das müssen Sie uns genauer erklären.

Schauen Sie, die jährliche Arbeitszeit hat sich laut den neuesten Zahlen seit dem Jahr 1950 – also in nur gerade 65 Jahren – um ein Drittel verringert. Und dieser Trend setzt sich aufgrund der zunehmenden Automatisierung unserer Arbeit weiter fort. Trotz weniger Arbeit nimmt der Wohlstand weltweit zu.

Also ist der Tourismus eine Branche, auf die man auch in Zukunft setzen kann!

Ja, aber natürlich nur, wenn es den Veranstaltern und Anbietern durch die Ausschöpfung der immensen Möglichkeiten des digitalen Marketings auch gelingt, bei den Kunden die Hoffnung auf besondere Erlebnisse zu wecken.

Und wo haben Sie Ihre letzten Ferien verbracht?

Ganz unspektakulär, aber sehr erholsam auf Mallorca.

Haben Sie den Aufenthalt selber gebucht oder über ein Reisebüro?

Was ist ein Reisebüro? Nein, Spass beiseite: Ich habe das selber gemacht und in diesem Falle über Airbnb eine tolle Finca gefunden.

Was sind Ihre wichtigsten Informationsquellen beim Buchen von Ferien?

Fürs Wandern das Buch «Rother Wanderführer», für alles andere das Internet – inklusive Anbieter wie Airbnb, Tripadvisor, Frommers, aber natürlich auch Facebook und Tipps von Freunden und Bekannten.

Wissen Sie schon, wo Sie Ihre nächsten Ferien verbringen werden?

Ja, auf Galapagos.

Und was ist Ihr ganz persönliches Traumferienziel?

Bali.

Der Sommer steht vor der Tür: Was erwarten Sie von einem perfekten Sommerurlaub?

Ich will mich in erster Linie erholen. Und dazu brauche ich viel Natur, kein Internet – also unbedingt offline sein –, tolles Wetter und gutes Fleisch zum Grillieren. Zum Beispiel im Tessin!

www.gerdleonhard.ch

REINVENTING LIFESTYLE
The JetSmarter App connects you with a private jet at the tap of a button

Request information

Teilen statt Besitzen: Jet Smarter ist das «Ticket» zum Privatjet.

Gerd Leonhard: «Individuell angepasste Angebote sind in.»