



PRESSEINFORMATION | Wien, 17. Mai 2017

Schöne neue Urlaubswelten: Reisen in der Zukunft

VIDEO, INFOGRAFIK & PRÄSENTATION: bitly.com/Verkehrsbuero100Jahre

Schon in naher Zukunft - in 15 bis 20 Jahren - wird sich das Reisen in vielen Bereichen völlig anders abspielen als heute: Neue technische Möglichkeiten setzen sich immer stärker durch, gleichzeitig wird die persönliche Komponente im Urlaub noch wichtiger.

Bald wird unser Urlaub ganz anders aussehen als heute und dennoch wird einiges beim Alten bleiben: Laut Andreas **Reiter**, Chef des Wiener Zukunftsbüros ZTB, wird das Urlaubsverhalten in 15 bis 20 Jahren noch fragmentierter sein als heute, da Destinationen schneller und günstiger erreichbar sein werden. „Es wird zum Beispiel transkontinentale Billigflieger als Standard und vollautomatisierte Budget-Hotels geben“, sagt der Zukunftsforscher, der davon ausgeht, dass auch Fernreisen zunehmen werden: „Extrem schnelle Verbindungen zwischen Metropolen werden dazu beitragen, etwa mittels Techniken wie Hyperloop, an denen ja bereits geforscht wird.“

Die Vertikale wird zur Destination, es geht also von oben nach unten bzw. umgekehrt: Weltraumflüge werden leistbarer und von UberSpace bereits um 60.000 US-Dollar offeriert (Uber tritt inzwischen als integrierter Mobilitätsanbieter auf). „Unter Wasser werden U-Boote die neuen Kreuzfahrtschiffe sein, Unterwasser-Lodges in Asien und im Nahen Osten sind schon heute begehrte Destinationen“, so **Reiter**. Freilich wird das aber auch im Jahr 2033 immer noch im Luxus-Segment angesiedelt sein.

Lost Spaces und Cool Spots als Trend-Destinationen

Auch was die Reiseziele betrifft, wird es zu Verschiebungen kommen. Länder wie der Iran oder Nordkorea (Skifahren in Masik-Ryong), werden als bislang abgeschottete Lost Places an Bedeutung gewinnen. Und da es aufgrund des Klimawandels zu einer Süd-Nord-Verschiebung der Reiseströme kommen wird, gilt dies auch für Cool Spots wie Spitzbergen, Norwegen oder Island.

„Für die globale Mittelschicht, also Asiaten oder Lateinamerikaner, gilt künftig die Devise, Europe First‘. In Zeiten der Fakes werden Originale, wie beispielsweise Hallstatt, zu Historic Highlights und Massen-Destinationen“, sagt der **Zukunftsforscher**. „Und die Alpen werden für Chinesen, die gerade das Skifahren entdecken, zum Winter-Prestige.“

Bei Städtereisen entwickeln sich Teheran, Tirana und Trondheim zu den Trendstädten schlechthin und bieten Partylife vergleichbar mit der heutigen Touristenhochburg Barcelona. Andererseits werden Top-Destinationen zum Teil limitiert: Venedig, Dubrovnik und Co sind angesichts der immer weiter wachsenden Touristenströme nur noch mit Voranmeldung zu besichtigen. Für den Sundowner am Markusplatz sind dann spezielle Tarife zu berappen.

Work-Life-Blending

Die Welt verändert sich durch die fortschreitende Digitalisierung. Das Ergebnis wird ein sogenanntes Work-Life-Blending – das Ineinanderfließen von Berufs- und Privatleben – sein, was sich in hybriden Hotelling-Welten niederschlagen wird: Hotel und Office vermischen sich, Clubs und Concept Stores finden sich unter einem Dach wieder.

Ein weiterer Trend, mit dem zu rechnen sein wird, ist Medical Wellness: Vorsorge, Regeneration, Empowerment und Anti-Aging werden in einer alternden Gesellschaft verstärkt nachgefragt. Ebenso das Thema Digital Detox – also Offline-Locations zur Regeneration, in denen Stille, Ruhe und manuelle Tätigkeiten die Atmosphäre bestimmen.

Luxus boomt weiter

„Als Gegenpol zum in Zukunft noch größeren Billigsegment wird auch das Luxus-Segment stärker“, erwartet sich Reiter. Persönliche Dienstleistungen und Face-to-Face-Betreuung werden in einer von Algorithmen, Bots und Avataren bestimmten Welt sehr gefragt sein. Zum Beispiel der persönliche Chauffeur, statt dem selbstfahrenden Taxi, gemäß dem Motto: High-End-Convenience auf Abruf während der gesamten Reise. Außergewöhnliche Erlebnisse – statt Produkte – werden Luxus der Zukunft sein, beispielsweise ein Retreat in Butan oder eine Expedition zu den Königspinguinen auf Feuerland.

Gleichzeitig wird auch der sogenannte Branded Lifestyle während des Urlaubs in Form von Kooperationen zwischen Luxus-Marken und Hotels immer mehr Einzug halten. Reiter: „Nutzer-Daten werden mittels Algorithmen ausgewertet. Auf dieser Basis werden dann auf jeden Gast individuell zugeschnittene Mode- oder Sportartikel im Zimmer bereitstehen“.

Reisebüro der Zukunft

Verkehrsbüro-Vorstand Helga Freund: „Die Outlets werden als repräsentative Concept-Stores an Hochfrequenz-Lagen in der City, in Airport-Malls oder an Bahnhöfen angesiedelt sein. Und sie werden den Kunden nahtlose, multisensuelle Erfahrungen bieten, zum Beispiel multifunktionale Experience-Stores mit Kletterwand, Food-Court, Adventure-Zone und Kino mit 6D-Filmen. Locals und Travel-Experten aus den jeweiligen Destinationen werden als Hologramme beratend ins Verkaufsgespräch zugeschaltet, Reise-Avatare werden als USP fungieren.“

Freund: „Das Reisebüro der Zukunft wird auf die Bedürfnisse von Best Ager und Special Interest Gruppen fokussiert sein, wobei Sicherheit, Orientierung und ein persönlicher Marken-Filter im Vordergrund stehen werden.“

Erfüllung konträrer Ansprüche

Um zu zeigen, wie der Urlaub der Zukunft aussehen könnte, hat Andreas Reiter exemplarisch das Reiseerlebnis zwei völlig unterschiedlicher Zielgruppen skizziert: Zwei Best Ager, die 55-jährige Lehrerin Sarah und ihr Mann, der 58-jährige Möbeltischler Michael, sowie als Kontrapart der 29-jährige Digital Native und Data Scientist Lukas. Während das Paar Romantik, Spa und Kulinarik im Sinn hat, steht es Lukas nach aktiver Erholung und Regeneration.

Für beide gilt, dass sie vor Reisebuchung und -antritt mittels digitaler Datenauswertung Vorschläge für die Destination erhalten. Via VR-Datenbrille und Hologramm-Berater können sie sich vorab das Hotel und dessen Angebote wirklichkeitsgetreu ansehen.

Auch während der Anreise macht High Tech vieles einfacher – sei es das selbstfahrende Auto, der Travel-Mate oder Biometrischer Scan und Gepäcksroboter am Airport. Dasselbe gilt für den Aufenthalt im Hotel. Dort wird entweder via Gesichtserkennung eingecheckt, vom Service-Roboter ein Welcome-Smoothie überreicht oder - in der Luxus-Variante - alles persönlich abgewickelt.

Für die Best Ager gibt es ein digitales, multisensuelles Romantik-Package sowie Matratzen und Kissen, die anhand der biometrischen Daten individuell angepasst sind. Der Digital Native freut sich dagegen über ein Mood-Pad, mit dem Beleuchtung, Sound und Temperatur des Zimmers individuell gestaltet werden.

Und auch bei der Auswahl der Aktivitäten vor Ort können je nach Buchungsvariante bzw. -wunsch persönliche und virtuelle Angebote gewählt werden. „Das Spektrum zwischen analog und digital wird sich künftig durch den gesamten Urlaubsverlauf ziehen“, erwartet Zukunftsforscher Reiter: „Die einen bekommen ein edel designtes Fotobuch überreicht, in dem Magic Moments und Bilder aus Fotoshootings festgehalten sind. Der andere einen Videoclip, in dem seine sportlichen Leistungsdaten in einer Story verpackt sind, die er dann in seinen sozialen Communities teilen kann.“

Pressefotos und weitere Presseaussendungen finden Sie unter:

www.verkehrsbuero.com/presse/

Verkehrsbüro Group

Die Verkehrsbüro Group ist Österreichs führender Tourismuskonzern mit den Geschäftsbereichen Leisure Touristik (Freizeitreisen), Hotellerie und Business Touristik. Der Jahresumsatz betrug 2016 870 Mio. Euro. Unter dem Dach der Österreichisches Verkehrsbüro Aktiengesellschaft sind die operativen Geschäftsbereiche in Tochtergesellschaften organisiert.

Die Austria Trend Hotels sind der ideale Ausgangspunkt für City- und Geschäftsreisende. Die führende österreichische Hotelgruppe bietet Veranstaltungsflächen für über 10.000 Gäste. Motel One, betrieben im Joint

Venture, sind mit dem Konzept „Viel Design für wenig Geld“ im Segment Budget Design Hotels erfolgreich. Palais Events betreibt die historischen Locations Palais Ferstel, Palais Daun-Kinsky, der Wiener Börsensäle sowie das Café Central.

Der Konzern ist Marktführer im Bereich Leisure Touristik (Freizeitreisen) mit Rueda Reisebüros österreichweit; Jumbo bietet als Spezialreiseveranstalter hochwertige Fern-, Studien- und Schiffsreisen. Eurotours ist die größte Incoming-Agentur Zentraleuropas und führender heimischer Reiseveranstalter mit Standorten in Österreich und im Ausland.

Auch im Bereich Business Touristik ist die Verkehrsbüro Group Marktführer mit den Marken Verkehrsbüro Business Travel, AX Travel Management und BEasy sowie im Kongressmanagement unter der Marke Austropa Interconvention führend.

PRESSERÜCKFRAGEN

Mag. Birgit Reitbauer
Verkehrsbüro Group Konzernkommunikation
Lassallestraße 3, 1020 Wien
Tel.: 01/588 00-172 | Fax: 01/588 00-444
presse@verkehrsbuero.com
www.verkehrsbuero.com