



ANJA HORN, PARTNER VON TAKE OFF - WORLD OF TUI

16. Juli 2020



Meine Meinung

Der "Neue Luxus" beim Reisen ist und bleibt für mich persönlich Zeit. Zeit zu haben und sich Zeit zu nehmen, ohne fremdbestimmt durch Termine zu sein.

Kundenmeinung

Meine Kunden sehen das ähnlich und suchen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Erleben & Erholung in ihrem Urlaub. Dabei stehen kleine, feine Hotels mit individuellem Service klar auf der Favoritenliste.

Trends

- Ich glaube, dass zukünftig kurzfristiger gebucht wird und weniger Reisen pro Jahr. Diese werden dafür qualitativ hochwertiger sein.
- Das wird sich ganz sicher auch auf das Thema Fliegen auswirken, indem aufgrund des besseren Platzangebotes häufiger Business Class gebucht wird.
- Der Luxuskunde der Zukunft wird sich noch stärker an eine bestimmte Hotelkette, Airline oder einen Reiseveranstalter binden, denke ich.
- Alles in allem werden die Preise steigen und Reisen wird generell wieder zum Luxusprodukt, weil die Reisefreiheit nicht mehr so selbstverständlich ist, wie noch vor wenigen Monaten.

Top-Trends:

- Mix aus Genießen, Erleben & Entspannen
- Nachhaltig arbeitende Hotels
- Trend hin zu Kleingruppen und Individualtouren
- Reisen in entlegeneren bzw. entferntere Gebiete, die wenig von Corona betroffen waren

Ein Auslaufmodell werden große, anonyme Häuser sein. Ich sehe zudem einen Imageverlust bei Kreuzfahrten. Gruppen- und Studienreisen mit vielen Teilnehmern werden wohl deutlich an Interesse verlieren.

Stimmen aus der Branche



Unsere Branchen-Expertinnen und Experten klären die große Frage: Was bedeutet neuer Luxus beim Reisen? Was erwarten sich Kunden künftig an außerordentlichen Erlebnissen und luxuriösen Erfahrungen? Wie wird sich das Buchungsverhalten verändern und welche Trends werden gesetzt, auf welche wird verzichtet? Wir von Connoisseur Circle und Lobster Experience haben nachgefragt. Einen Auszug der eingetroffenen Kommentare und wegweisenden Meinungen der Branchen-Expertinnen und Experten können Sie untenstehend im Archiv nachlesen.

BEITRÄGE

› Nach vorne schauen - eine Branche blickt in die Zukunft

› Alison Gilmore, Porfolio-Direktorin aller sieben ILTM-Messen

› Lisa-Maria Standl, Sales & Marketing Manager Klosterhof · Alpine Hideaway & Spa

› Florian Leisentritt - Hoteldirektor Gewandhaus Dresden

› Steffen Hager, Senior Public Relations Manager Kaus Media Services

› Stefan Betschart, Leading Collection(Ltd)

› Katrin Magnus-Ketel, Reisebüro Magnus e.K.

› Thomas Baumgartner, Prokurist und Head of Marketing Asien Special Tours GmbH

› DR. Holger Wirtl, Inhaber EXCLUSIVE CRUISING

› Christiane Holzbog / Expertin für Luxusreisen COO, Finest Luxury