

FRUTIGLÄNDER

DIE ZEITUNG FÜR ADELBODEN, AESCHI, FRUTIGEN, KANDERGRUND, KANDERSTEG, KRATTIGEN UND REICHENBACH

«Frutigländer», 31.12.2019

Der Blick in die touristische Kristallkugel

TOURISMUS Das Jahr 2019 geht aus Sicht des Schweizer Tourismus positiv zu Ende: Durchwegs mehr Gäste und höhere Umsätze. Und was wird das neue Jahr bringen? Ein Blick in die Voraussagen von zwei Unternehmen, die den Puls der Entwicklungen hautnah spüren und auch ein bisschen provozieren.

KURT METZ

Booking.com, das wohl bedeutendste Buchungsportal der Welt, prognostiziert für 2020 ein Jahr der Entdeckungsreisen wie kaum eines zuvor. Geprägt werde es sein von neuen Technologien, einem steigenden Verantwortungsbewusstsein der Reisenden gegenüber der Umwelt und einer intensiveren Verbindung mit den besuchten Menschen und Orten. Diese Grobeinschätzung basiert auf Umfragen unter mehr als 22 000 Reisen aus 29 Ländern und 180 Millionen Gästebewertungen auf der eigenen Webseite. Es sind acht Trends, welche booking.com daraus ableitet, Trends, die das Reisen – und damit den Tourismus – in der nächsten Zeit massgeblich prägen werden:

1. Ferienmachende besuchen bewusst vermehrt unbekanntere Orte, um so dem **Massentourismus** auszuweichen. Gleichzeitig steigt das Verlangen nach umweltschonendem Reisen.
2. Das Vertrauen in die Hilfe von **Technologien** steigt weiter. Dazu gehören Unterstützung bei der Wahl der Route und Destination, Hilfe bei der Buchung und beim Orientieren vor Ort.
3. Fast die Hälfte der deutschen Reisenden entscheidet sich bewusst für eine **langsamere Route** zum Ziel. Gründe dafür sind die wachsende Umweltsensibilität, aber auch das Bedürfnis, mehr zu sehen und besser entspannen zu können. Anders ausgedrückt: Die Anreise ist Teil des Ferienerlebnisses.
4. Die perfekte Reise destination muss zahlreiche **Aktivitäten** anbieten, und diese sollen sich ergänzen.
5. Für Unterkünfte gilt vermehrt: «**Hautierfreundlichkeit** siegt». Zahlreiche Tierbesitzer zählen auf Angebote speziell für Hunde und planen ihre Ferien um die Bedürfnisse ihres vierbeinigen Lieblings herum.
6. **Mehrgenerationen-Ferien** sind im Kommen: Der gemeinsame Urlaub von Grosseltern, Eltern und Enkeln wird immer beliebter. Das hält Oma und Opa fit – und sorgt gleichzeitig für ungestörte Momente der Zweisamkeit für die Eltern.
7. Reisen geht verstärkt durch den Magen. Besondere **kulinarische Erlebnisse** und der Genuss regionaler Pro-

dukte beeinflussen für viele die Reiseplanung.

8. **Für später und länger:** Selbst die jüngeren Generationen planen schon die Zeit der Pensionierung und das damit verbundene Reisen. Ist es dann endlich so weit, nehmen sie sich dafür viel Zeit.

Einfacher die Welt entdecken

«Mit dem Beginn des neuen Jahrzehnts wird die Reiseindustrie mit nachhaltigeren und technologisch fortgeschritteneren Produkten und Services auf die neuen Ansprüche des modernen Reisenden reagieren, um es so für alle Menschen einfacher zu machen, die Welt zu entdecken», sagt Arjan Dijk, Senior Vice President und Chief Marketing Officer bei booking.com. «Wir nehmen den übermässigen Tourismus in Angriff, indem wir unbekanntere Reiseziele identifizieren und immer stärker eine individuell zugeschnittene Auswahl an Unterkünften für Reisende auf der ganzen Welt anbieten.» Um mehr über die Travel Trends zu erfahren, sind die Resultate und deren Interpretation unter folgendem Link abrufbar:

[TravelPredictions2020.com](https://www.booking.com/travelpredictions2020.com)



Welche Trends wird das Tourismusjahr 2020 bringen? Grosse Reisedienstleister blicken in die Zukunft.

BILD BILETSKIY EVGENIY / STOCK.ADOBE.COM

Trends aus Sicht einer Airline

Die Art und Weise, wie Reisende ihre Ferienzeile suchen, die Reisen buchen und sich fortbewegen, verändert sich laufend. Die Frage ist nun, wie werden Technologie einerseits und Passagiere andererseits den Verkehr im Jahr 2020 beeinflussen? KLM Royal Dutch Airlines blickt auf die Zukunft des Reisens von der Buchung mit Hilfe von Sprachtechnologie über nachhaltige Alternativen wie Schienenverkehr bis hin zur Möglichkeit der Gesichtserkennung bei der Sicherheit. Für die Prognose hat die Fluggesellschaft vierhundert ausgewählte Personen befragt. Hier sind die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst:

Die Millenials (geboren zwischen 1981–1996) und die Generation Z (geboren nach 1997) entscheiden sich zur Hälfte, wie gut ein Ferienciel in **Instagram** wekommt, wie viele «Likes» es erzielt und wie authentisch die Fotos sind. Sie schauen sich hauptsächlich

Beiträge von Freunden und Familie an (65,3 Prozent) oder klicken auf Hashtags, um sich von Unbekannten inspirieren zu lassen (45,9 Prozent). Die Rolle von Influencern und Prominenten als Quelle für Urlaubsinspiration nimmt hingegen immer mehr ab. Mehr als die Hälfte der Befragten trauen Ferienfotos von Influencern nicht.

Die **Kombination von Flug- und Zugreisen** wird immer beliebter, denn Nachhaltigkeit ist wichtig und wird von Reisenden bei der Buchung berücksichtigt. Als Alternative zum Fliegen für kürzere Strecken bieten Reiseveranstalter und neu auch Fluggesellschaften die Bahn an. Immer mehr Passagiere kompensieren CO₂-Emissionen. Eine Umfrage von KLM ergab, dass bereits knapp 40 Prozent der Reisenden vorhaben, die CO₂-Emissionen im nächsten Jahr zu kompensieren.

Dank **Gesichtserkennungstechnologie** wird die Wartezeit am Flughafen verkürzt. Anfang 2019 führte KLM Tests durch, bei denen Passagiere bei Sicherheitskontrollen, beim Eintritt in Lounges und beim Einsteigen anstatt ihrer Pässe ein Selfie in der KLM-App auf ihren Handys vorweisen konnten. Noch liegt es an den Fluggästen zu entscheiden, ob sie diese digitale Innovation ausprobieren wollen oder nicht.

Flugverspätungen gibt es immer wieder, was auch jeweils der Grund sein mag. **Künstliche Intelligenz (KI)** trägt dazu bei, die Unannehmlichkeiten für die Passagiere zu verringern: Sie berechnet innert kürzester Zeit, wie die verfügbaren Besatzungen und Flugzeuge unter den gegebenen Umständen am besten eingesetzt werden können. Diese Technologien sollten die Flugpünktlichkeit im Jahr 2020 verbessern.

KURT METZ