

Individuell in der Gruppe

Ideen für eine innovative Bustouristik, Teil 3: Der Paketer Appina Travel nutzte sein zehnjähriges Firmenjubiläum, um gemeinsam mit Experten und Kunden die Herausforderungen der Zukunft zu erforschen.

Als wir unser Unternehmen 2002 gründeten, fragten wir uns, warum es so wenige neue Reise-Ideen auf dem Markt gab“, erzählt Uli Gerstmeier, der zusammen mit Luis Lintner Appina Travel ins Leben rief. „Sie wurden nicht nachgefragt, weil sie nicht angeboten wurden.“ Zehn Jahre später wollen sich die beiden Geschäftsführer nicht auf dem bisherigen Erfolg ausruhen, sondern weiterhin die Veränderungen der Gesellschaft und neue Tendenzen erkennen und „die Zukunft aktiv gestalten“. Aus diesem Grund gab es für die zur Geburtstagsfeier des Paketreiseanbieters geladenen Geschäftspartner und Kunden ein interessantes Zukunftsforum, das den rasanten Wandel beleuchtete und die Chancen für Busreiseveranstalter aufzeigte.

Prof. Dr. Eduard Eisenrith erläuterte, was „Gruppenreisen 2.0“ hinsichtlich Kundenansprache und Produkt-Design bedeutet. Die herkömmlichen Werbemethoden wie Anzeigen, Newsletter oder Radio- und Fernsehspots sind, so der Dozent der Hochschule Kempten „einseitig, meist unerwünscht und wirkungsarm – in der Werbepause im TV holt man sich ein Bier oder geht auf die Toilette“. Der „Zeiten-Wechsel“ im Internet mit den Möglichkeiten des Web 2.0 dagegen eröffnet einen Dialog mit dem Kunden, der von sich aus nach Informationen sucht und ihnen somit wesentlich aufgeschlossener gegenübersteht als der gegen seinen Wunsch durch Werbung berieselte Konsument. „Die Möglichkeiten des Austauschs erhöhen die Transparenz und die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens“, so Eisen-

rith. Beispiele sind für ihn Blogs, auf denen „Firmen-Kommunikatoren“ Interessantes berichten, Communities auf der eigenen Website oder auf Facebook, in denen Reisende untereinander Erfahrungen austauschen, oder Blitzumfragen und Abstimmungen, bei denen Meinungen erfasst werden. Auch bei der Reiseplanung könnten Busunternehmer potenzielle Kunden mit einbeziehen und durch Kommunikation mit ihnen wertvolles Feedback gewinnen.

Reisebus der Zukunft

Wie der Reisebus der Zukunft aussehen könnte, brachten Christian Fischer und Siegfried Seidel von der MAN Truck & Bus Deutschland GmbH den Appina-Gästen näher. In ihrem „Travelution“-Projekt sind die heute bereits machbaren technischen Möglichkeiten dargestellt: Im Heckbereich bietet eine – während der MAN Busdays sogar von einem Sternekoch getestete – Küche kulinarische Köstlichkeiten abseits der Bus-typischen Würstchen-Verpflegung. In die Klapptische eingebaute iPads ermöglichen es den Gästen, während der Fahrt aus einer Fülle an Filmen und Spielen zu wählen oder eine individuell für die jeweilige Reise produzierte App zu nutzen.

Viel High Tech ist auch in dem Hotelzimmer der Zukunft verbaut, mit dem sich das Fresenius-Institut seit vier Jahren beschäftigt. Im Vordergrund steht für die Experten jedoch die intuitive Bedienbarkeit dieser Technik. „Wenn ich in einen Raum komme, möchte ich nicht zunächst eine Anleitung lesen müssen“, so Vanessa Borkmann. Sie sieht die Themen Gesundheit, Biotechnologie und Nachhaltigkeit als die zentralen Trends an, um die sich in den nächsten Jahrzehnten alles dreht. Darüber hinaus wird – darin waren sich alle Referenten einig – alles individueller: ob Hotelzimmer, Reiseabläufe oder Unterhaltungsangebote im Bus. Jeder Mensch möchte – gerade in einer schnelllebigen Zeit – als Individuum mit seinen speziellen Wünschen und Bedürfnissen wahrgenommen werden.

Manuela Geiger

Die Gastgeber des Zukunftsforums: Appina-Travel-Geschäftsführer Luis Lintner (links) und Uli Gerstmeier

