

Aus der Siicht vum Reesbüro

E Gespréich mam Christine Corsi

D'Christine Corsi ass zanter 30 Joer am Tourismus beruflech aktiv an huet d'Branche aus verschiddene Perspektive kenne geléiert. Aktuell ass si Responsabel vun der Kommunikatioun a Marketing beim Travel Group Luxembourg (TGL), eng Fusioun vu 26 Reesagencen, „We love to travel“ a Voyages Emile Weber.

Mat *forum* huet si hir Gedanken zur Reesbranche a rezenten Trends gedeelt.

Op Ärem Site liest een : „[...] pour proposer à chacun le voyage dont il rêve.“ Wat sinn d'Besoinen an d'Erwaardungen vun de Clienten? Wéi pauschal oder wéi individuell sinn d'Reesen haut, déi d'Leit sichen?

Hei hu mer „vu bis“. Déi eng sichen z. B. d'Plage, déi aner no Erleifnesser a frieme Kulturen. Déi eng Clientë kommen an d'Agence, weisen am Katalog, wou se genee hiwëllen a wéini. Dat sinn déi „einfach Clienten“, wann een esou wëll. Anerer wëssen zwar, wéini se fort wëllen, sinn sech awer net ganz kloer, wou et soll higoen oder wat se sichen. Hei sinn d'Mataarbechter vun eisen Agencen da gefuerdert, fir erauszefannen, wat am Beschte passt an aus den onzielege Méiglechkeeten, déi et gëtt, eppes unzibidden.

D'Situatioun, déi mer haut virfannen, ass net méi mat där vu virun 30 Joer ze

vergläichen. Et kënnt ee bal iwwerall op der Welt hin. An et gouf och méi einfach fir ze reesen. Dat fänkt mat de Kombinatiounsméiglechkeeten un, déi d'Fluggesellschaften haut bidden. Et muss een net méi honnert mol ëmsteigen, fir enzwousch hinzekommen. Virun 20, 30 Joer war de Pauschalismus ronn ¾ vun der Offer. Haut kann ee just nach 50 % vun de Reesen, déi verkaaft ginn, als pauschal kategoriséieren. Dat sinn haapt-sächlech Famillje mat Kanner, déi während de Schoulvakanzen och d'Infrastruktur vun den Hoteller spezifesch notzen. Déi aner 50 % sichen individuell Reesen op Destinatiounen wéi Costa Rica, Südafrika oder Japan, wat haut eng absolut Trend-Destinatioun ass.

Wéi huet den Internet d'Demande verännert? A wéi wierke sech an deem Kader d'sozial Medien aus?

Den Internet huet eis Aarbecht déifgräifend verännert: D'Leit sinn haut, wa se an de Büro kommen, ganz gutt informéiert. Virun allem iwwert Präis-Vergläich-Plattformen an iwwert Bewäertungen. Dat huet och mat sech bruecht, dass de Beruff vum Reesbüro mataarbechter méi komplizéiert ginn ass. D'Uspréich vun de Leit vis-à-vis vun der Berodung si vill méi héich ginn, ebe well se au départ scho vill Informatiounen gesammelt hunn.

Am Marketing-Beräich benotze mir d'Sozial Medien als Plattformen, ënnert anerem fir Publicitéit ze schalten. Mee mir versichen och, mat Netzwerk-spezifischen Zil- an Altersgruppen ze kommunizéieren. Aus enger Marketing-Vue sinn d'sozial Reseauen also guer net méi ewech ze denken, eben och well se fir vill Leit eng Informatiounsquell duerstellen. Leider ginn iwwert dës Wee oft och falsch Informatiounen verbreet, déi de Leit Angscht maachen. Hei si mir als Touristik-Branche gefuerdert, fir de richtege Kontext ze setzen a Garantien ze bidden. Dofir ass et och fir eis esou wichteg, ëmmer um leschte Stand ze sinn, esou dass mer fir d'Leit eng verlässlech Informatiounsquell bleiwen.

Wéi ginn Trends gemaach – vun den Agencë bestëmmt oder vun de Besoinen vun de Clienten?

D'Offer an Demande ginn, wéi an anere Branchen, och am Tourismus Hand an Hand. Et huet een effektiv Beräicher, wou d'Offer d'Demande stimuléiert. Ech denken do un den Trend Croisiären, déi an de leschte Joren eng ëmmer méi grouss Präsenz um Marché kruten. D'Reedereie passe sech dësem Ëmstand natierlech un, ginn ëmmer méi Schëffer an Optrag a kënnen duerch speziell Konzeptioun vun de Schëffer och méi divers Zilgruppen uschwätzen. Verschiddener orientéiere

sech heibäi un de Besoine vun zum Beispill Familljen, anerer sinn éischter op Kop-pelen ausgeluecht an nach anerer dréine sech méi ëm Exploratioun. Hei huet déi grouss Offer och d'Demande kreéiert.

Mee et ginn och Beräicher, wou et den anere Wee funktionéiert, wou d'Demande d'Offer schaaft. D'Hotellerie huet sech an de leschten zwee Joerzénge missen un e gesellschaftleche Wandel upassen. Soss hunn d'Hoteller Offeren 2 + 1 oder 2 + 2 ugebueden. Mee säit et ëmmer méi Patchwork-Famillje gëtt, hu se sech mis-sen upassen an 2 + 3 oder 2 + 4 ubidden.

Wéi eng Aflëss wierke sech op d'Trends an op d'Destinatiounen aus?

Effektiv hu gewëssen Events oder d'Medien e risegen Afloss op Rees-trends. Neuseeland ass e gutt Beispill heivir. D'Trilogie vun *Der Herr der Ringe*, déi hei gedréit ginn ass, huet e reegelrechte Reesboom ausgeléist. Och zitt déi Plage an Thailand, wou de Film *The Beach* mam Leonardo DiCaprio gedréit ginn ass, nach ëmmer Léit dowéinst un. Ech denken hei och un Inseln, op deenen *James Bond*-Filmer gedréit goufen. D'Leit ginn dohinner a wëlle sech dat ukucken.

Dat huet awer och als Konsequenz, dass gewëss Destinatioune vun enger Onmass vu Leit iwwerschwemmt ginn. Wann an

deem Fall déi néideg Infrastruktur an der Hotellerie net präsent ass, stellt dat e reelle Problem fir déi Destinatiounen duer. Parallel dozou kommen all-inclusive Offeren, déi d'Reese méi breet accessibel gemaach hunn, an och de Leit mat engem méi klengen Budget erlaben, fir méi wäit ze reesen. Den All-inclusive huet allerdéngs och deen Effekt, dass zum Beispill déi lokal Gastronomie keen Ëmsaz méi mécht, well d'Touristen zeréck an hiren Hotel ginn, fir z'iessen. En änlechen Effekt huet ee bei de Croisièren, wou zwar e puer dau-send Leit an engem Hafen débarquéieren, dann awer sur place héchstens e Souvenir kafen an erëm zeréck op d'Schëff ginn, fir z'iessen.

Ech weess net, ob een et als Trend ka bezeichnen, mee an de leschte Jore spillt och d'Nohaltegkeet ëmmer méi eng grouss Roll an dem Secteur, souwuel beim Choix vun de Reesenden, wéi och bei der Aarbecht vun den Agencen oder den Destinatiounen. Et si vill Beméiungen do, fir den Tourismus méi ökologesch ze maachen, mee um Enn decidéiert dann awer oft de Portmonni ... ♦

Den Interview huet den 28. Februar 2025 stattfonnt.



© Philippe Reuter / forum