

Tourismus – kommende Veränderungen und neue Chancen

Oliver Leisse, Gründer und Geschäftsführer des Trendforschungsinstituts „SEE MORE Future Research & Development“, über die zukünftige Veränderung von Angebot und Nachfrage im Bereich Tourismus



Foto: SEE MORE Future Research & Development

Oliver Leisse, Gründer und Geschäftsführer See More Future Research & Development

Als Trendforscher sind wir seit zehn Jahren mit unserem Institut „SEE MORE“ in Hamburg auf der **Suche nach Trends und Zukünften**. Wir beobachten die Märkte rund um den Globus. Mit dem Hamburger Team greifen wir auf Mitarbeiter in weltweit über 50 Metropolen zu, in denen die Zukunft gerade entsteht. Dadurch ergibt sich ein spannendes Bild und so können wir robuste Vorhersagen zu den kommenden Entwicklungen machen. **Richtig spannend wird es erst jetzt in den kommenden Jahren.**

Die Welt verändert sich und alle Bereiche unseres Lebens verändern sich mit. **Digitale Transformation, Disruption, der Wandel hat viele Namen.** Technik hilft bei der Veränderung. So werden wir immer mehr Arbeit automatisieren und somit als Menschen mehr Zeit für uns selbst haben. Die werden wir **mit unserer Kernkompetenz – sozialen Kontakten** – füllen wollen. Daher werden wir mobiler und zu Reisenden in einer spannenden Welt.

Die Menschen sind zudem aktuell offen wie nie zuvor. Auf der einen Seite sehnen wir uns nach dem, wie es früher war, nach der analogen, guten Welt.

Aber auf der anderen Seite sehen wir immer deutlicher, dass wir uns verändern müssen. Wir müssen aufbrechen in eine neue Zeit. Das sehen Sie übrigens auch in den Medien – die Fantasy-Welle wird durch eine Science-Fiction Welle ersetzt.

Die Menschen lehnen die etablierte Politik ab, sind aufgeschlossen, neugierig, kritisch, gut informiert und **lösen das alte Angebot in allen Bereichen ihres Lebens durch eine verstärkte neue Nachfrage ab**. Sie sind neugierig und erwarten besondere Angebote. Sie wollen überrascht werden, auch und gerade in den kleinen Dingen. Aufmerksamkeit, ein nettes Wort im Service, ein Stofftier auf dem Bett im Hotelzimmer, das kommt an. **Dagegen gilt: Alles, was man immer schon so gemacht hat, ist ein Auslaufmodell.** Der Standard, das Normale langweilt jetzt immer schneller.



Foto: unsplash.com

Digitale Transformation oder Disruption in der Mobilität

So haben 450.000 Menschen einen Tesla Model 3 vorbestellt – weil sie denken, dass diese Art der Autos die Zukunft ist. Sie experimentieren, sind offen für ungewöhnliche Angebote – Pommes mit Schokosoße, Chips aus gemahlener Grashüpfen. Klar, das sind nur schräge Beispiele, aber sie zeigen, dass die Menschen die Komfortzone verlassen und bereit sind zum Aufbruch. Immerhin 40 Prozent der Deutschen sind offene, moderne Menschen. Denen muss man ganz neue Angebote machen, denn es

werden täglich mehr. **Die Menschen erwarten einen neuen Tourismus.** Es wird ein neues Angebot, eine neue touristische Herausforderung geben müssen, die jetzt definiert werden sollten. In diesen Tagen. Viele Trends sind aktuell schon zu erkennen und zu bedienen. Die Pflege und lange Erhaltung der Gesundheit wird zu einem zentralen Thema der älter werdenden Gesellschaft. Ernährung wird immer wichtiger. Convenience wird wichtiger – Beratung während der Reise, nicht vor der Reise. Mut zu neuen Experimenten, die dringend notwendig sind. Es ist ganz einfach. Stellen Sie sich Kinder vor, die Sie aus einem netten Kinderzimmer mit einem umfassenden digitalen Besspaßungsangebot herauslocken müssen. Wie stellen Sie das an? Durch wirklich spannende und vor allem neue Ideen und Optionen, etwas **gemeinsam zu erleben**. Denn hier wird sich in der Zukunft eine Tür öffnen. Die Menschen erkennen aktuell: **Die sozialen Medien sind ein schlechter Ersatz für Begegnung.** Und effizientes eCommerce-shopping ist nicht das Gleiche wie mit Freunden shoppen. Die Menschen suchen interessante Orte, und dort wünschen sie sich Austausch, menschliche Nähe und neue Erlebnisse statt eines Alltags, der sich immer wieder wiederholt. Und so muss der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern neue Impulse in diesen relevanten Feldern anbieten, dann hat er in den kommenden Zeiten der Disruption eine Zukunft.



Foto: unsplash.com

Die Menschen sind neugierig und erwarten besondere Angebote.