

Reisende 60+ – unterwegs

Alter macht keine Zielgruppe

Silberfuchse, Best Ager, Senioren. Bezeichnungen für die ältere Reisegeneration gibt es viele. Dass sie kontinuierlich wächst, ist unumstritten. Dass sich das Angebot an Reisende ab 60 Jahren an deren Alter orientieren muss, ein Trugschluss.

Foto: Shutterstock / Syda Productions



Vom Reisebüro erwarten Senioren Service, um vor Ort die Reise genießen zu können

Die Österreicher werden älter. Fast 24% der Bevölkerung sind heute über 60 Jahre alt, 2030 wird es knapp ein Drittel sein. Gleichzeitig steigt die Lebenserwartung. Für den Reisemarkt ist das gut, denn die Generation Babyboomer, die in den nächsten 15 Jahren in den Ruhestand geht, ist agil und mobil, interessiert, abenteuerlustig, aufgeschlossen und kaufkräftig. Gleichzeitig fühlt sie sich jung. „Es gibt keine Altersgemeinschaften, sondern nur Interessensgemeinschaften“, sagt Gerlinde Zehetner, Geschäftsführerin von Senioren Reisen. Alljährlich fahren rund 25.000 Personen mit dem Veranstalter des Pensionistenverbandes auf Urlaub. Die meisten sind zwischen 60 und 70 Jahre alt. „Vor 40 Jahren sind Senioren mit uns das erste Mal in ein Flugzeug gestiegen oder ans Meer gefahren. Das ist jetzt nicht mehr der Fall“, sagt Zehetner. Die Silberfuchse, wie sie etwa bei Ruefa Reisen genannt werden, haben meist schon etwas von der Welt gesehen. Und sie wollen mehr davon.

Alljährlich buchen sie mehrere Reisen, vorwiegend in der Nebensaison – von der klassischen Gruppenreise im Mittelmeerraum bis zur individuellen Studienreise nach Asien. „Der Haupturlaub wird zur Erholung genutzt, der zweite und dritte Urlaub zur Studienreise ‚light‘ mit Erlebnisprogramm“, heißt es von Ruefa. Schließlich sind die Kinder aus dem Haus, Recherche und Buchung übers Internet fast schon Alltag. „Alter spielt bei der Zielgruppe immer weniger eine Rolle. Die Menschen werden reiseerfahrener, nutzen in allen Altersklassen neue Technologien. Die Golden Ager muss man on- wie offline abholen“, sagt Kathrin Limpel, Leiterin der TUI-Unternehmenskommunikation.

SERVICE IST DAS ZAUBERWORT

Eine, die es wissen muss, ist Maria Drake, 69. Vor vier Jahren geht sie, lange beim Profi Reisen Verlag in der Administration tätig, in den Ruhestand. Mit 67 bricht sie mit ihrem Ehemann zur dreimonatigen Weltreise auf: Vietnam, Australien, Neuseeland, Kanada. Ein befreundetes Reisebüro hilft bei der Buchung, den Campingtrip durch Down Under stellt sie zusammen. „Ich organisiere viel selbst, recherchiere und buche online, nutze mein Smartphone und das iPad, wenn ich unterwegs bin“, sagt Drake, deren Kinder im Ausland leben und die sie gerne besucht. Generell ist das Paar rund dreimal pro Jahr unterwegs. Auf einen gewissen Komfort will es nicht verzichten: „Wenn man älter ist, soll alles ein wenig gemütlicher sein: weniger Umstiege bei der Flugreise, kürzere Flugzeiten, zentral gelegene Hotels, fußläufig erreichbare Sehenswürdigkeiten. Vom Reisebüro erwarte ich mir vor allem Service. Es kann meine Bedürfnisse einschätzen, weiß, was ich will und kümmert sich darum.“

Den Anforderungen kommen die Veranstalter aktuell ein Stück weit entgegen: etwa mit Kofferservice, medizinischer oder Begleitung am Flughafen und deutschsprachigen Ansprechpartnern vor Ort. „Womit ich nicht sehr glücklich bin, ist die fehlende Barrierefreiheit“, sagt Zehetner. Abseits ausgetretener touristischer Trampelpfade braucht es noch viel Vorarbeit in der Reisevorbereitung. „Wir gehen die Wege im Tempo der Reisenden ab, lokalisieren Ruheplätze, empfehlen, was vor Ort möglich ist. Die Reisenden sind aber sehr solidarisch und helfen bei Problemen auch zusammen.“ Hilfe wollen sie künftig aber vor allem vom Reiseveranstalter. Zehetner: „In den nächsten Jahren sind vor allem spannende Destinationen gefragt. Und: Service, Service, Service.“ SAM ●

*Quelle: Statistik Austria, Zukunftsinstitut

Wilfried Kropp, Kropp Kommunikation „Der Lebensstil ist entscheidend“

Wilfried Kropp, knapp ein Viertel Jahrhundert Geschäftsführer von Amadeus, geht 2014 in den Ruhestand. 2015 macht er sich mit Kropp Kommunikation selbstständig. Ein Branchenkenner über Alter, Technologie und Reisen.

Foto: Amadeus Austria



| Wilfried Kropp

tip: Reisende 60+ und Technologie. Wie passt das zusammen?

Kropp: Gut. Ein 55-Jähriger unterscheidet sich in seinem Reiseverhalten nicht von einem 65-Jährigen, wenn er aus dem gleichen Milieu kommt. Die Lebenssituation, der Lebensstil, sind viel entscheidender für die Anforderung an einen Reiseveranstalter als das Alter selbst. Es ist ein Irrweg, sich aufs Alter zu konzentrieren. Wenn jemand eine urbane Umgebung gewohnt ist, dann

wird er diese auch im Alter schätzen. Die Technikaffinität gehört dazu. Wenn ich mit 55 online aktiv bin, bin ich es auch mit 65.

Wie nutzen Sie Onlinemedien für Ihre Reisen?

Kropp: Ich buche heute online, informiere mich online. Ich nutze die Apps von booking.com, die ich toll finde, und habe Check-In-Apps. Das ist ganz normal.

Welche Rolle spielt für Sie das Reisebüro?

Kropp: Meine letzten Reisen haben mich u.a. nach Schottland und in die südliche Bretagne geführt. Tolle Reiseziele, aber dafür finde ich im Reisebüro keinen Ansprechpartner. Das ist kein Vorwurf, aber für meine Wunschziele brauche ich gute Online-tools. Meine Flüge buche ich noch über das Reisebüro, wegen des Sicherheitsaspekts. Aber auch die Flüge wähle ich selbst aus.

Wo liegt dann der Vorteil eines Reisebüros?

Kropp: Das Reisebüro ist für den Kernmarkt zuständig. Es gibt Gruppen, die wollen das Reisebüro als Begleiter haben. Schaut man aber an die Ränder des Marktes – die machen alles selbst: die Jungen den Trip nach Australien, die Älteren den Kulturflug nach Antwerpen. Die Ränder des Reisemarktes sind für das Reisebüro nicht mehr erreichbar.

Wo sehen Sie das Reisebüro in zehn Jahren?

Kropp: Als Nahversorger. In jeder mittelgroßen Stadt muss es ein Geschäft geben, in dem man alles bekommt. Das ist die Funktion eines Reisebüros und die ist auch unbestritten. In großen Städten gibt es auch Platz für Nischenangebote. Ich kenne Reisebüros in Deutschland, die machen etwa nur Kreuzfahrten. Ich kann mir auch Reisebüros nur für Familien vorstellen. Wichtig ist: Das Reisebüro muss mit seinem Kundensegment kommunizieren. Über E-Mail, Telefon oder Chats. Aber Alter ist kein Kundensegment.

Das Gespräch führte Maria Schoiswohl

Emirates Airbus A380 kommt nach Wien



Foto: Emirates

| Ab 1. Juli 2016 Dauergast in Wien: der Airbus A380 von Emirates

Nun hat Emirates auch offiziell bestätigt, was schon seit einiger Zeit als Gerücht kursiert: Der Airbus A380 wird ab 1. Juli 2016 auf einer der beiden täglichen Linienverbindungen von Dubai nach Wien eingesetzt. Emirates bedient die Strecke Wien-Dubai seit 2004 und beförderte auf dieser Route bislang rund 3 Mio. Passagiere. Derzeit fliegt die Airline zweimal täglich mit Jets vom Typ Boeing 777-300ER zum internationalen Drehkreuz in Dubai.

Ab Juli 2016 wird dann auf der Rotation EK127/EK128 der Airbus A380 in einer Dreiklassenkonfiguration mit 519 Sitzplätzen eingesetzt – 14 in der First Class, 76 in der Business Class und 429 in der Economy Class. Der Flug EK128 hebt um 15:05 Uhr in Wien ab und landet um 22:45 Uhr in Dubai. Zurück nach Wien geht es um 08:55 Uhr mit Ankunft um 12:55 Uhr (EK127). Auf der zweiten täglichen Verbindung EK125/EK126 fliegt weiterhin eine Boeing 777-300ER mit 360 Sitzen.

„Dank der Unterstützung durch unsere Kunden konnten wir in den letzten Jahren eine steigende Nachfrage für unser Produkt in Österreich verzeichnen. Wir freuen uns sehr, als nächsten Schritt unser Flaggschiff nach Österreich bringen und den Passagieren aller Klassen ein unvergleichliches Reiseerlebnis bieten zu können“, erklärt Thierry Antinori, Emirates Executive Vice President, Passenger Sales Worldwide, in einer Aussendung.

POSITIVE EFFEKTE FÜR TOURISMUS UND ARBEITSPLÄTZE

Ein wichtiges Tourismusland wie Österreich und eine „Weltstadt wie Wien“ würden von dieser „zusätzlichen Ankurbelung des Tourismus und der Schaffung von Arbeitsplätzen“ profitieren, zeigt sich Antinori überzeugt. Darüber hinaus sei auch mit einem positiven Effekt auf die Wirtschaft dank der steigenden Besucherzahl aus dem Nahen Osten, Asien und Afrika zu rechnen.

An Bord des Emirates A380 kommen die Passagiere der First Class in den Genuss von luxuriösen Privatsuiten sowie zwei großzügigen Spa-Duschen. Den Passagieren der First Class und der Business Class steht zudem eine exklusive Bord-Lounge mit Bar zur Verfügung. Dank schnellem und kostenlosem WLAN haben die Reisenden auf allen A380-Flügen auch unterwegs optimalen Zugang zum Internet. ●