

# Was im neuen Jahr wichtig wird

... und wie Sie zu den Vorreitern gehören:  
die Trends 2024

---

HANDOUT

---

17. Jänner 2024

Helge Sobik  Storytelling



 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anzeigen

# What's next

## *Standortbestimmung*

Sie werden manchen Ball wiedererkennen, den Sie bereits verwandelt haben. Und manchen, den Sie sofort aufs Tor schießen möchten.

Nicht alles passt überall. Nur Sie können beurteilen, was zu Ihnen passt.  
Sie entscheiden, welchen Ball Sie spielen.

# What's next

Relevante Inhalte identifizieren

## **Die übliche Herangehensweise:**

Überlegung „Was will ich erzählen, was habe ich dem Markt mitzuteilen?“

# What's next

Relevante Inhalte identifizieren

## **Die erfolgreichere Herangehensweise:**

1. Überlegung „Was wollen die anderen (gerade jetzt) hören?“
2. Überlegung „Was kann ich dazu erzählen?“

# What's next

## Schritte

1. Trend identifizieren
2. Idee entwickeln, die diesen Trend aufgreift und zur eigenen Aufstellung passt
3. Feinheiten der Idee präzisieren; um zwei, drei ebenfalls berichtenswerte originelle Details ergänzen
4. Regelmäßig anbieten/verfügbar haben → Gäste-Erlebnis haben → an die Medien geben

# What's next

## Formel

vorhandener Trend + kleine originelle Idee = überproportionale Aufmerksamkeit

# What's next

- Übertragung eines Trends aufs eigene Produkt
- Infos so aufbereiten, dass andere das spannend finden: (mediale) Zuspitzung:
  - ein Aspekt
  - ein klares Bild im Kopf, nicht verzetteln, nicht mit Volumen erschlagen
  - aktuell aufhängen
  - mit Protagonist:innen verknüpfen



 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anzeigen

# Wohin die Reise geht

„Erlebnisse und Begegnungen werden für viele Reisende zunehmend wichtiger.“

Stefan Baumert, Geschäftsführer Tui Deutschland, Dezember 2023

# Wohin die Reise geht

- Die Bedeutung attraktiver Erlebnisse steigt enorm. Sie wird zum buchungsrelevanten Kriterium für Destinationen: „Ich fahre nach Wien“ *versus* „Ich fahre nach Wien, um XYZ zu machen“
- Destinationen (oder Hotels), die gezielt attraktive Erlebnisse (mit)anbieten oder sogar erschaffen, steigern ihre Attraktivität erheblich
- Was früher für Journalist:innen arrangiert wurde, ist heute spannend zum Selbsterleben für die Gäste: Einblicke in den Alltag, Begegnung mit (typischen Menschen)

# Trends kommunizieren, Medienmechanismen nutzen

Vorteil: kontinuierliche (theoretische) Buchbarkeit:  
Das Kriterium der touristischen Nachvollziehbarkeit

# Vom Medienmarkt lernen

Auf welche Trends die Reisebuch-Neuerscheinungen deuten

# Vom Medienmarkt lernen

- Entdeckungen im Zielgebiet mit dem Auto sind gefragt: Roadtrips
- „Outdoor“: Freiheit, Weite, Abenteuer – im Großen wie im Kleinen
  - Kombi Roadtrip/weitere Aktivität gefragt
- Begrifflichkeit „Safaris“, „Wild Places“: Sehnsucht nach Natur-Abenteuer (auch in Europa)
  - „Offline“: Sehnsucht nach Natur, Weite, Digital Detox/gefühlte Unerreichbarkeit

# Vom Medienmarkt lernen

## **Kulinarik als nachgefragte Aktivität:**

Besonders essen, besonders trinken (lokaltypisch, originell anders)

Bei der Zubereitung zuschauen/mitmachen

Bei Anbau und Ernte zuschauen/mitmachen

Vom Insider tiefergehend eingeführt werden (Braumeister:in, Schnapsbrenner:in, ...)

# Vom Medienmarkt lernen

**Die Ebene der „Weißt-Du-noch-Momente“ bespielen:**

Kochen wie bei Oma und Opa

Zeit anhalten

Nostalgie-Aspekte (unverbaut, fernab aller Straßen, ...)



# Die Trends im Kinderzimmer

Was sich aus den Playmobil-Neuheiten an Trends und Wünschen für den Familienurlaub ableiten lassen

## **Outdoor-Aktivitäten: Die Saat ist im Kinderzimmer gelegt**

- Familienurlaub im Freien: Grillen, Kanu, Fahrrad...
- Pferde: Tierbegegnungen
- Bauernhof

# Die Trends im Kinderzimmer

**geeignete Erlebnisse erschaffen *oder* betonen, für mediale Aufmerksamkeit um einen besonderen Akzent bereichern**

z.B. einen Urlaub lang Pony-Pate/Patin sein

z.B. Tierpfleger:in-Praktikum im Streichelzoo mit Urkunde und Schulterabzeichen

z.B. auf Outdoor-Abenteuer-Tour mit Kinder-Wildnis-Ranger:in und mitten in der Natur selber Früchte/Kräuter fürs Abendessen sammeln...

 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anze

# Die Sehnsucht nach einem Geheimnis

Volle Aufmerksamkeit für Secret Places – und für Lost Places:  
das Spiel mit dem Begriff „Geheimnis“

# Die Sehnsucht nach einem Geheimnis

- Die Backstage-Führung durch eine Sehenswürdigkeit eröffnet Gästen spannende Einblicke in etwas, was für sie bis dato „secret place“ war
- Auch die Uhrzeit kann ein Geheimnis daraus machen: Mitternachtsführung durch die Burg
- Der Abendessens-Tisch in der Küche oder mit Einblick in die Küche ist ein „secret place“

...

# Die Sehnsucht nach einem Geheimnis

...

- Jeder Blick hinter eine normalerweise verschlossene Tür offenbart ein Geheimnis
  - Die besten Beispiele vom Tag des offenen Denkmals groß hervorheben
    - Zur Apfelernte im privaten Gutshof-Garten

 Österreich

[Bewegung](#)

[Inspiration](#)

[Erholung](#)

[Kulinarik](#)

[Nachhaltigkeit](#)

[Reise planen](#)



Karte



Unterkünfte



Desktop anze

# Im Trend

**Glamping zieht weiterhin (+ Boho-Stil)**

Dafür ist kein Campingplatz erforderlich:

- im/beim Hotel
- mitten in der Natur



# Im Trend

**Glamping zieht weiterhin (+ Boho-Stil)**

*„je fotogener desto Presse“*

# Im Trend

Der Übergang von Glamping zu „Eco Hospitality“ ist fließend.

Die Hütte heißt gerade nicht mehr Hütte. Als „Tiny House“ oder „Cabin“ findet Sie neue Aufmerksamkeit. Und sieht etwas moderner aus als vorher.

# Im Trend

„Astro Tourism“, „Star Bathing“:  
Freiheit, Weite, Abstand, Sicherheit. Outdoor.

# Im Trend

Erlebnisse unterm Sternenhimmel erschaffen, offensiv mit dem Begriff „Sternenhimmel“ kombinieren:

Kometen-Wandern in den Bergen  
Vollmond-Märchenabend auf der Alm  
Sterne-Menü im Stadtpark

 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anzeigen

# Im Trend

## **Sinnsuche/Seele erspüren: Spiritualität**

Dafür muss man nicht ins buddhistische Kloster nach Thailand, das geht auch in den Alpen:  
Andacht in der Bergkirche, am Schrein in freier Natur, unterm Gipfelkreuz

Spiritualität in Szene setzen: mit Optik argumentieren

# Trends

## **Begrifflichkeit festlegen**

„Beten“ / „Meditieren“

„Wandern“ / „Pilgern“

# Trends

## **Was wir daraus machen:**

Gezielt Erlebnisse erschaffen, Arrangements auflegen,  
Vorhandenes mit den passenden Begriffen belegen



 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anze

# Im Trend

Viel größer geworden: Urlaub mit Haustier / Tieren im Urlaub begegnen  
= Erlebnisse mit Tieren

# Im Trend: Urlaub mit Tieren

Dieser Zielgruppe gezielt Anreize bieten:

- Wandern mit Hund
- Waldsee-Baden mit Hund
- Wellness für den Hund

# Im Trend

Die Begegnung mit (fremden) Tieren während des Urlaubs ermöglichen –  
und längst nicht mehr nur in Safari-Zielen:

Es lohnt sich, (weiter) darüber zu sprechen

# Im Trend

## **Erlebnisse mit Tieren**

Aufmerksamkeitsfischer, Buchungsförderer – und so leicht möglich zu machen

Indirekt: über Patenschaften – und eine Idee aus Afrika umheben

 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anze

# Im Trend

**Die Destination mit Filmtourismus verknüpfen: „Set-Jetting“**

Potenzial vor Corona: 100 Millionen Reisen weltweit pro Jahr

# Interessen bedienen

**Die Destination mit Filmtourismus verknüpfen – Bezug herstellen**

*direkt*

- Kino, TV-Film, Serie inkl. Streamingdienste
  - Drehort in der Region
  - Handlungsort in der Region



# Interessen bedienen

## Das Hotel mit Filmtourismus verknüpfen – Bezug herstellen

*indirekt*

- (Film-)Star war schon mal hier, kommt gerne her
- (Film-)Star, Regisseur:in, Drehbuchautor:in wohnt in der Gegend
  - Requisiten von Dreh vor Ort ausgestellt
  - ...

# Interessen bedienen

## Das Hotel mit Filmtourismus verknüpfen – Bezug herstellen

*direkt*

- Dreh- und Handlungsorte erlebbar machen
- Drehort-Route entwickeln und ausschildern

 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anze

# Im Trend

Riesenthema Food

Ideen und Originalität sind gefragt. Und Fotogenität macht die Idee perfekt.

# Im Trend

Erwartungshaltungen umkehren: „Vollkommen gegen den Trend“ bringt mindestens so viel Aufmerksamkeit wie „Mit dem Trend“

# Im Trend

Food farbenfroh inszenieren – wenn´s passt:  
höchste Aufmerksamkeit auf Instagram & Co

# Im Trend

Auch die Location sorgt für Aufmerksamkeit: Destinationen siedeln gezielt Food-Erlebnisse außerhalb von Restaurants an

# Viel Erfolg, Sie werden Ihn haben!

Für die Präsentation © Helge Sobik, [www.sobikpress.com](http://www.sobikpress.com), Tel. +49-172-4364986



 Österreich

Bewegung

Inspiration

Erholung

Kulinarik

Nachhaltigkeit

Reise planen



Karte



Unterkünfte



Desktop anze