

Wie sollte eine gute Pressekonferenz aussehen?

Dank meiner Ausbildung als PR Assistent sollte ich wissen, wie Pressekonferenzen organisiert werden. Hierbei hat sich nichts geändert. Aber den sozialen Medien geschuldet, wissen heute viele nicht mehr, wie eine Presse eine für Reisejournalisten attraktive Pressekonferenz gestaltet.

Vorbereitung

Termin planen, Referenten wählen, Inhalte bestimmen, Reisejournalisten anschreiben, Verbände informieren, Teilnehmer bestimmen.

- Referenten (Experte, der z.B. mit einer Studie kurz entsprechend behandelte Herausforderungen vorstellt.)
- Sympathieträger (bekannte Persönlichkeit, der aus dem Nähkästchen plaudert.)
- Moderator (kann von der PR Agentur gestellt werden).

Inhalt

Etwas was interessiert, Zahlen, Fakten, kurz fassen, immer Fragen zulassen, bei der Vorstellung genügend Zeit für Fragerunde einplanen.

Ablauf

Presseinfo als Handout abgeben

Raum vorbereiten, Technik checken

Liste mit angemeldeten Journalisten bei Eingang kontrollieren

Jeden Interessierten zulassen, E-Mail und Medium, bzw. Unternehmen notieren

bestenfalls ein Tisch zum Schreiben
Getränke bereitstellen.

Fotoshooting mit Referenten

Zeit für gemeinsames Networking einplanen

Versprechungen für Interviews einlösen

Follow Up

Kontrolle der Veröffentlichungen

Zusammenfassung und Hintergrundmaterial per E-Mail senden.

Die Pressekonferenzen auf der ITB Berlin ergaben sich als Desaster. Unvorbereitet, oft aus dem Stand heraus, ohne Frage-Möglichkeit, reines PR-herunterbeten, kein Zugang. Mit diesem Beitrag möchte ich dazu anregen, wieder ansprechende Pressekonferenzen zu organisieren.

Wobei wir als Reisejournalisten selber an der Situation schuld sind. An Veranstaltungen interessierte uns bislang nur feines Essen, und eine Chance an Pressereisen teilzunehmen.

Pressekonferenzen scheinen auszusterben. Anscheinend haben sie in der Welt von Smartphones und sozialen Medien ihre Berechtigung verloren. Nur, was ist wirklich förderlich für guten Journalismus? Interessantes entdecken, das Diskutieren und Hinterfragen?

Ich weiß, Reisejournalismus wird heute kaum noch honoriert. Dafür bräuchte es Verbände, die sich für Journalismus einsetzen. Wo sind solche zu finden? Und Kunden? Leider sind es keine Reisende, die dafür zahlen.

Weg mit der Pseudoarbeit

Fachkräftemangel ist heute das dominierende Thema. Als Lösung die alten Rezepte, Arbeitszeitverlängerung, höhere Produktivität, bessere Anstellungsbedingungen, mehr Lohn. Wie steht es aber damit, nach dem persönlichen Sinn zu suchen?

David Graeber hat in seinem Buch „Bullshit Jobs“, oder auf Deutsch „Pseudoarbeit“ untersucht, darin auch, welche Art Arbeit Sinn stiftend ist. Eine kurze Definition: Pseudoarbeit ist eine sinnlose oder unnötige Lohnarbeit, die ein Arbeiter vorgeben muss, um einen Zweck zu präsentieren. Der Nutzen; Menschen sind beschäftigt. Doch wir verschwenden leider viele Ressourcen dafür.

Günter Faltn spricht in diesem Zusammenhang vom Marketing Monster. Was bedeutet, dass unnütze Dinge mit grossem Werbeaufwand verkauft werden. In diesem Fall eine ungeheure Verschwendung an Kreativität. Diese Kreativität könnte für ein besseres Leben eingesetzt werden. Gerade jetzt, wo überall Mitarbeitende fehlen.

Maynard Keynes hat eine Wochenarbeitszeit von 20 Stunden für möglich gehalten. Sein Tempo hat dem Menschen zu einer gesteigerten Produktivität und schliesslich zu mehr Wohlstand verholfen, doch nicht zur Freiheit den Tag selbst bestimmt gestalten zu können.

Wer den Tourismus betrachtet, denkt an eine Dienstleistung, welche Menschen sinnvolle Tätigkeiten schenkt. Doch kritisch betrachtet; ein Rohrkrepierer. Zwar kann der Tourismus Begegnungen ermöglichen und Vorurteile abbauen, doch dahinter steckt vorwiegend Leistungsdruck und ein starker Fokus auf Produktivität.

Im internationalen Tourismus betreffen die meisten Fragen oft als erstes Flüge, dann die Hotels. Raffinierte Systeme helfen Mitarbeitenden im Reisebüro die “beste” Verbindung zu finden.

Das Thema Jetlag hingegen ist bekannt. Dennoch wird nichts unternommen, um die Akklimatisierung zu verbessern und Aufenthaltsdauern zu verlängern. Überdies, um die in der Branche arbeitenden Kunden dennoch optimal zu beraten, offeriert man FAM-Trips, um mit Reisezielen vertraut zu machen. Dies bedeutet Hotels – und Sehenswürdigkeiten abzuklappern und sich über den Branchenalltag auszutauschen. Aber Bevölkerung und Land verstehen zu lernen, Fehlanzeige!

Nach Covid freut sich die Branche auf eine Rückkehr auf dem Niveau früherer Zeiten. Auch den Mangel an Arbeitskräften möchte man ausgleichen, indem sich Mitarbeitende zu Influencern entwickeln sollten. Nur, hinsichtlich der ohnehin schon geringen Löhne die Arbeitszeit zu kürzen gleicht einer Illusion. Denn Reisende können sich dank Internet immer besser informieren und suchen die günstigsten Preise, „Geiz ist geil,“ zeichnet sich als Tourismus der Zukunft ab.

Wo vermitteln wir Werte? Ideen, wie Reisende in mehreren Sitzungen zu coachen, damit diese die schönste Zeit in ihrem Leben mit weitmöglichst bereichernden Eindrücken, Begegnungen und Abbau von Spannungen erleben, interessieren kaum. Der Tourismus zielt darauf ab, Umsatz zu breittern; doch soziale und ökologische Ziele sind tendenziell Lippenbekenntnisse. Für den CO² Ausstoß Ablasshandel zu betreiben, genügt den meisten Verantwortlichen in der Branche.

Das Thema Pseudoarbeit wird nirgendwo im Tourismussektor untersucht. Auch Diskussionen, um die Produktivität zu erhöhen, sehen lediglich noch mehr Digitalisierung vor – daher noch mehr Entfremdung gegenüber Reisenden und noch mehr Industrialisierung der Touristik. Der Profit daraus wandert zu den Konzernen und aufgrund des hohen Wettbewerbs zu den Reisenden.

Doch wer kann sich in Zukunft Reisen leisten? Es sollte jeder sein, natürlich mit nachhaltigen Ferien und ab und zu weitgehend nachhaltigen Reisen, da Erholung ungeheuer wichtig

ist. Mehr auf Balkonien, Verkürzung der Arbeitszeit und sinnvolle Tätigkeiten schaffen, also das Motto? Ein Grundeinkommen könnte bewirken, dass Reiseumführung, gemütliche Pensionen sowie neue und für *alle* nachhaltige Angebote entstehen.

Künstliche Intelligenz im Reisejournalismus

Auf dem Digital Festival in Zürich im September 2022 hat ein Referent die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz aufgezeigt. Sie ist da und wird angewandt. Ich habe dazu auf meiner Politikseite die Eindrücke niedergeschrieben.

[Künstliche Intelligenz mitgestalten](#)

Meine erste Reaktion auf das Referat; die geistige Arbeit verliert an Wert, es bräuchte daher nachhaltig Beschränkungen zum Schutze individuell sinnvoller, geistiger Tätigkeiten. Eine Kennzeichnungspflicht klingt hierfür vernünftig. Schließlich ist die künstliche Intelligenz ein Werkzeug. Irgendwann wird die künstliche Intelligenz als Werkzeug selbstverständlicher Bestandteil unseres Gesamtfeldes sein und überall eingesetzt werden. Es wird sich wahrscheinlich zu einer Art „Biozertifikat“ abwandeln, Werke zu kennzeichnen, die auf künstliche Intelligenz verzichten.

Ich betätige mich zudem aktiv als Beta-Tester für „DALL-E“, aus Texten werden Bilder erzeugt. Der Versuch eines schönen Logos damit scheiterte bisher, mein Guthaben aufgebraucht; „weiter probieren!“

Jetzt habe ich die Lizenz zu „Word Hero“ erworben. Mein erster Versuch gleich mit dem geplanten Besuch im Wilhelm Busch Museum:



Für den Anfang passabel, insbesondere, weil die Ausgabe in praktisch allen Sprachen möglich ist. Das „natürliche“ Schreiben kann so ergänzt oder die Texte der KI können besser ausformuliert werden. Die Möglichkeiten sind aktuell hingegen eingeschränkt. Im Zuge meiner nächsten Beiträge kann ich es nochmals versuchen, doch ich benötige immer die Befehle, die als Prompts bezeichnet werden. Irgendwo im GPT, der grossen Internetdatenbank, müssten die Informationen bereits vorhanden sein.

Daher braucht es ein kombiniertes Vorgehen und weiterhin Fantasie. Sobald ich auf einer Webseite künstliche Intelligenz einsetze, werde ich das vermerken. Falls es mir gelingt, Bilder zu erstellen, füge ich einen Hinweis dem Bildtitel hinzu.

Künstliche Intelligenz wird auf unsere Zukunft enormen Einfluss nehmen, auch auf den Reisejournalismus. Wir sollten hinsichtlich dessen jedoch auf faire Honorare bestehen. Schon heute ist es sinnvoll, Stoffsammlungen, Bilder und Einschätzungen mithilfe von künstlicher Intelligenz zu gestalten.

Am Ende macht es, ob mit oder ohne künstliche Intelligenz, ein aufwändiges Handwerk aus, auch wenn sich die Werkzeuge verbessern.

Wunschzettel für eine Pressereise

Promotion kommt in der Regel teuer zu stehen. Pressereisen erscheinen als günstige Alternative zu Beiträgen über touristische Attraktionen. Die Medien sollten ja mit Werbung Geld verdienen. Wir Journalisten müssten uns dazu vom Gefälligkeitsjournalismus entfernen.

Die Welt ist schön und interessant. Viele freie Journalisten, Blogger und Influencer können Erkundungsreisen kaum bezahlen und werden von den Leistungsträgern oft abgewiesen. Daher macht eine Pressereise ein willkommenes, ansprechendes und angenehmes Erlebnis aus, auch mit Berufskollegen. Es braucht starken Idealismus in diesem Beruf, und es wird immer schwieriger Beiträge zu publizieren. Immer öfters bleibt nur das Internet.



Ein paar Wünsche für eine Pressereise

Kleine Gruppen, max. 8 Personen

Engagierte Journalisten sind wie ein Sack Flöhe.

Was interessiert den Leser? "Ich brauche Bildmaterial – Interviews für das Radio – Videos für meine Leser." Eine Teilnehmerliste mit Kontaktdaten macht Sinn, wir können mit Datenschutz übertreiben.

Abwechslungsreiches Programm

Die Gruppe sollte ebenso wie das Programm durchmischt sein.

Hotel- und Firmenbesichtigung, Aktivitäten, Genuss von Spezialitäten – verschiedene Eindrücke fordern ein Gespür von Zusammenhängen. Zu stark spezialisierte Reisen mögen effektiv sein, untergraben aber jegliche Leidenschaft.

Zeit zum Entdecken

Warum bei einer Pressereise alles durchtakten? Oft fehlt Zeit, um die Einheimischen zu treffen. Wie betrifft sie der Tourismus? Darüber recherchieren, was gerade vor Ort läuft – Verlängerungsoptionen anbieten, mancher Journalist möchte gerne einen Tag anhängen.

Information an die Leistungsträger

Für den Besuch bei einem Winzer zum Beispiel. Der sollte wissen, wer da wirklich kommt, um das Beste aus „der Geschichte“ zu machen. Denn es besteht so eine Chance für gute PR. Dafür lohnt es sich informiert vorzubereiten und Ideen zu liefern. Übermittlung/Überreichung von Pressemappen mit Presstext, Bildmaterial und Prospekten sollten selbstverständlich sein.

Debatten über die Eindrücke

Journalisten sollte bewusst angeboten und Raum dafür geschaffen werden auf der Pressereise zu diskutieren. Gerne in passendem Ambiente, beispielsweise bei einem Essen, nach Möglichkeit mit etwas Privatsphäre.

Generell sollte im Programm einer Pressereise das Angebot unterbreitet werden, während der Reise über die Herausforderungen im Tourismus zu debattieren.

Lediglich ständige Lobpreisungen bringen keine Auflage.

Auf sogenannte Kleinigkeiten achten

Wenn schon ein Lunchpaket, bitte nicht, um alleine im Bus zu verzehren. Kleine Geschenke sowohl für den Gastgeber als auch

für die Journalisten fördern die Freundschaft. Begeisterung, Grosszügigkeit, Offenheit und respektvolles Miteinander finden.

Mit Kritik leben

Es kann nicht alles perfekt sein. Es darf, genauso wie „Fehler“ gemacht werden können, auch kritisiert werden. Fragen vorzuenthalten, Filmverbot, angepasstes Verhalten und Dinge unter den Tisch zu kehren bringt Journalismus nicht weiter.

Nachbearbeitung

Die Teilnehmer können eingeladen werden; Fotos, Videos und Inhalte für alle Teilnehmer und die Partner freizugeben. Damit verfügen die Journalisten über mehr Material. Jeder Journalist entwickelt seine eigenen Stories, doch Anregungen sind immer hilfreich.



Blaupause Kapverden für Sierra Leone?

Wie entwickelt sich Tourismus? Die Kapverden haben es geschafft! Nur, sie hatten eine grosse Diaspora mit Hafenarbeitern auf der ganzen Welt. Ihre Diaspora ist genauso gross, wie die aktuelle Bevölkerung auf den Kapverden. Somit wurden die Kapverden besser unterstützt als alle anderen afrikanischen Staaten. Die kapverdische Fluggesellschaft „TACV“ kann eine gewisse Bedeutung vorweisen und konnte

ausgebaut werden. Die Regierung lancierte das „Lei de Utilidade Turística“ und lockte mit Steuererleichterungen Investoren an.

Ein bedeutender Investor macht die Hotelgruppe RIU aus. Sie errichtete im Jahr 2005 das Hotel „Riu Funana“ auf der Insel Sal. Heute verfügt die Hotelkette über sechs Hotels auf den Kapverden. Damit wurden Arbeitsplätze geschaffen und der Wohlstand gestärkt. RIU beschäftigt mehr als 2000 Mitarbeiter auf den Kapverden. Mit TUI wurde zudem der grösste europäische Reiseveranstalter ins Boot geholt.

Die Kapverden sind eine Inselgruppe mit 360 Tagen Sonnenschein, einer hohen Stabilität und Sicherheit und einer menschenfreundlichen Natur. Heute geht die Entwicklung weiter aufwärts, das Gesundheitssystem soll ausgebaut werden. Somit kommt der Tourismus den Einheimischen zugute.

Sierra Leone dagegen nimmt 18x mehr Einwohner auf als die Kapverden und verfügt nur über eine kleine Diaspora. Insofern fehlen die Mittel für Investitionen. Infrastruktur ist somit schwerer zu errichten, und Unternehmen wie z.B. RIU finanzieren vor allem Hotels. In Sierra Leone Stabilität zu sichern gestaltet sich somit um einiges aufwändiger. Zudem macht das dringendste Problem die Ernährung und Bildung der Bevölkerung aus. Auf den Kapverden hingegen gibt es keine offensichtliche Armut, die abschreckt.

Dennoch, Sierra Leone kann sich an den Kapverden orientieren. Beide Länder haben wunderschöne Strände, und auch Sierra Leone könnte dem Tourismus dienen. Ich hoffe immer noch auf Rückmeldungen aus Sierra Leone und engagierte Behörden, die den Tourismus dort fördern.

Die Kapverden und Sierra Leone sind dank ihrer Strände, des Klimas und der Menschen grossartige Reiseziele. Allerdings liegt die Latte hierfür immer öfters höher. Reiseanbieter fordern eine moderne Infrastruktur, viele Angebote, prima

Essen. Die Urlauber wollen dem schlechten Klima entfliehen und erwarten gleichzeitig den gleichen Komfort wie zuhause. Die Kapverden haben ihre Natur konsequent geschützt und den Eindruck von Massentourismus vermieden.

In Rekordzeit konnten sich die Kapverden als Reiseziel etablieren. Viele afrikanischen Länder können sich darin ein Beispiel nehmen.

Reisebüros und Kinosponsoring?

Kino und Reisen, zwei Branchen, die in letzter Zeit gelitten haben und sich gemeinsam aufbauen könnten. Im Kino laufen Filme, die neugierig auf Reisen machen. Örtliche Reisebüros bieten dazu die Reisen an und informieren mit einem kleinen Stand interessierte Kinobesucher. Diese Art von Sponsoring funktioniert sowohl an Filmfestivals als auch bei einzelnen Vorstellungen im örtlichen Kino.

Die Macher von Filmen verstehen Emotionen zu wecken. Sie tasten sich an fremden Kulturen und Welten heran und regen Nachfragen für diese Reisen an. Filme zeigen oft grandiose Landschaftsbilder. Zuhause vor dem Fernseher ist es unmöglich die dokumentierten Reisenden anzusprechen. Jedoch in den Kinos, – indem sich noch ein Gastronom mit kulinarischen Länderspezialitäten beteiligt, kann dies nur zu einem anregenden Abend glücken.

Alles was nötig wäre, ist, sich mit einem Kinobesitzer auszutauschen, bei welchem durch Filme Reisewünsche erweckt werden können. Denn häufig werden Filme an spannenden Orten gedreht, die besucht werden können. In Solothurn wurde die

porträtierte Arbeit der Parkwächter vom mosambikanischen Nationalpark *Gorogonsa* gezeigt. Warum z.B. die dortigen Insekten absolut wichtig sind und beobachtet werden müssen. Die meisten Reisenden verstehen, was es alles braucht, um die Natur zu schützen; doch niemand weiss, wo *Gorogonsa* liegt.

Informationen zum Nationalpark gibt es zahlreiche. Bei allen Reiseveranstaltern ein Hinweis auf diesen herrlichen Nationalpark in Mosambik, doch kaum ein Reiseprogramm. Ein örtliches Reisebüro kann speziell zu diesem Nationalpark eine Reise auflegen. Hiermit dürfte der Reiseberater nach dem Kinobesuch punkten und später darüber zu einem Infoabend einladen. Die Kinobesucher dürften sich für all die guten Informationen mit Dankbarkeit äussern.

Ein Reisebüro sollte auf ein Kino zugehen oder umgekehrt und vielleicht noch einen Gastronomen einbinden. Lokale Veranstaltungen sind immer gern gesehen; und Reisebüros können diese Erfahrungen mit Branchenkollegen anderer Orte teilen. Gestaltet es sich doch für den potenziellen Reisenden weitaus spannender, ihn an seinem Wohnort abzuholen, anstatt ihn im Internet alles selbst organisieren zu lassen. Zudem bietet sich den Kinos eine Chance neben Blockbusters prima Dokumentarfilme zu bewerben.

Kommen jetzt Impfreisen?

In den deutschsprachigen Ländern wird erst langsam durchgeimpft. Andere Länder sind schneller. Die reiselustigen Deutschen können nach Dubai, in die USA oder nach Russland, um sich impfen zu lassen. Wenn überall genügend Gelder vorhanden wären, so hiesse es womöglich überall zur Impfung Willkommen zu sein. Die Länder, welche *Impftourismus* anbieten,

versprechen sich ferner gute Einnahmen für den Tourismus.

Konstantin Maslov von einem Moskauer Reiseveranstalter empfiehlt *Impfreisen* in Russland. Es sollte dafür lediglich in das Land eingereist werden. Vorab würden die betreffenden Impftermine organisiert. Gleich nach Ankunft folgte die Impfung, später auf Wunsch ein Stadtspaziergang durch Moskau. Eine erneute Spritze würde nach zwei Wochen fällig. Für ein richtiges Visum stellt der Moskauer Reiseanbieter die Einladung selbst aus. Der Hersteller des russischen Impfstoffs *Sputnik* erfreut sich eines guten Rufes. Grundsätzlich ist diese beliebte Impfung in Russland kostenlos. Konstantin Maslov verlangt hier jedoch finanzielle Begleichung für die Reise-Organisation und Begleitung, er hält zahlreiche Reiseempfehlungen für Russland mit schönen Hotels und Ausflügen parat.

Was geht hier durch die Sanktionen dieser Tage vor sich?

Diese halten einige Länder ausserhalb Russland davon ab den Impfstoff zu importieren. Der *Moskauer Reiseveranstalter* meint dazu: "Solange Menschen zu uns nach Russland kommen können und hier die Impfung einnehmen, gelten die Sanktionen nicht. Wir bieten eine internationale Impfbescheinigung, die überall anerkannt wird".

Für reiselustige Ungeimpfte lohnt es sich bestimmt alle Angebote einmal anzusehen:

Die USA impfen ihre Bevölkerung zügig durch. Schon im November sprach der USA Tourismusvertreter Dr. Wolfgang Streitberger in einem persönlichen Gespräch mit mir: "Die USA schaffen es die Produktion für genügend Impfstoffe hochzufahren. Sie werden die Bevölkerung rasch durchimpfen, und Touristen werden im Sommer 2021 in den USA von Corona Massnahmen befreit sein".

Dubai positionierte sich als erste Destination für Impftourismus. Damit sprach Dubai sein betuchtes Klientel an. Dubai sucht den Luxustourismus und schaffte es mit seinen Impfreisen in die Schlagzeilen. Letzteres nachdem

Beschimpfungen gegen Impfdrängler aufgekommen waren, welche Dubai in die Emirate zur Impfung eingeladen hatte.

Eine prall gefüllte Geldbörse kann manch problematische Herausforderung lösen. Während im eigenen Land Schranken bestehen, finden andere Staaten oft effiziente Lösungen. *Der Impftourismus* widerspiegelt Besagtes deutlich. Experten und ich: Unbestritten, dass viele Reisen in naher als auch etwas fernerer Zukunft nur mit der richtigen Impfung möglich sind.

Wir wollen arbeiten!

Alle hoffen auf einen Neustart. Wie lange? Wann beginnen Kleinunternehmer, es sich in der *sozialen Hängematte* bequem zu machen? Vielleicht nie. Weichen Sie womöglich aus in Schwarzarbeit oder reduzieren ihr Pensum, um eine Einnahmequelle vom Staat zu bekommen? Grundeinkommen?

Soziale Hängematten erinnern an Urlaub. Die Ersparnisse müssen bis auf das Lebensminimum reduziert, alle finanziellen Ressourcen gelüftet werden. Gesprächspartner häufen sich, die jenen Kleinunternehmer als Bittsteller einstufen. Während der heutigen Pandemie spielt es sich fraglos genauso ab. Ladeneigentümer schliessen, irgendwoher sollten die Einnahmen weiterhin stammen, das Internet bietet hierfür lediglich dürftig Alternativen an. Denn bessere Aussichten im WEB würden zu Monopolisierung führen. *Booking lässt grüssen.*

Ebensolche Touristiker warten auf ihren Neustart. Sie haben die Wiedereröffnung ihrer Geschäfte im Sinn; Reisen zu verkaufen, am liebsten welche in die Ferne. Ökobilanz egal, Ferien im eigenen Land kann Jede/r selber organisieren. Selbständige wie diese sollen sich darüber hinaus um die Digitalisierung kümmern. In der Praxis bedeutet es aber Google

und Facebook noch zu mehr Reichtum zu verhelfen. Sowie eigene Webseiten zu erstellen und dort mit Hintergründen zu informieren sieht er als weitere Aufgabe. Doch wieder Fehlanzeige. Storytelling heisst Bilder zu posten und bei Instagram zu veröffentlichen und dabei eine Scheinwelt vorzugaukeln.

Ein Neustart könnte anders aussehen. Ein aktives Miteinander bei sich in der Region, wie Angebote zur Freizeitgestaltung zu verbessern. Oder Infoabende zu Ländern zu organisieren und sich zu überlegen; „wie kann ich die Welt verbessern.“ Statt eben in alte Spuren zurückfinden, worin lediglich der Umsatz und die Kommission zählen.

Wenn die Provision zählt, ist die Pleite dem betreffenden Systems sicher. Wenn wir mehr im *Miteinander lebten*, so änderten sich die Rahmenbedingungen zudem in puncto Marktwirtschaft. Sodass diese sozialer und ökologischer verlaufen und den Menschen mehr Entfaltungsmöglichkeiten bieten würde. Nur was die Gemeinschaft voranbringt nützt schliesslich dem Einzelnen. Ob es da nicht Zeit wäre, die Möglichkeiten für ein bedingungsloses Grundeinkommen erneut aufzurollen und zu diskutieren?

Wie sieht die Reisezukunft aus?

Das Corona Virus hat uns gezeigt, wie verletzlich die Reisebranche ist. Die gesundheitliche Unsicherheit hat zu Grenzschiessungen geführt und das Reisen untersagt. Die Gesundheit galt es als wichtigstes Gut zu schützen. Alle wünschen sich herbei, dass es wieder wie früher wird. Wo

stösst man auf die Einsicht der Bedingung daraus zu lernen und Tourismus neu zu denken?

Wir haben eine Anspruchshaltung gezüchtet.

Alles bekommen, nichts zahlen, möglichst viele Reisen unternehmen, das Leben geniessen? Dabei bekommen wir kaum noch was vom besuchten Land mit, die Hauptstädte wirken gleich, überall globale Marken. Mehr und mehr Einheimische wollen nur etwas mit Touristen zu tun haben, wenn es Geld bringt. Umgekehrt wird immer mehr gespart, im Tourismus schlechter verdient.

Das wird zunehmen, denn Reisen erwirkt eine Beschäftigung, welche Menschen auch zukünftig immer gerne unternehmen. Die meisten Stellen im Tourismus machen prekäre Dienstleistungen aus. Für die Touristiker bei uns wird es enger werden. Denn die Einstiegskosten sind tief, es braucht ja nur noch Internet. Umgekehrt möchten die Reisenden immer mehr selbst organisieren. Die Branche taugt lediglich, um dabei die Preise zu drücken und alles informativ sowie buchbar aufzubereiten.

Dennoch braucht es Hoffnung! Eben Dienstleistung honorieren und Tourismus *nicht* als Instagram-Show vermarkten. Entgegen der Devise: „Wie toll doch die Welt ist, und ich mir alles leisten kann!“ Reisen müsste länger dauern und intensiver werden. Wir sollten mehr Bezug zur Natur finden. Ferner gilt es In einem anderen Land Vorurteile abzubauen. Grosszügigkeit ist das Gebot der Stunde. Wir sollten den armen Ländern viel mehr geben, als diese auffordern die Situation dort zu verbessern.

Visagebühren oder Flughafengebühren abzuschaffen, hilft das dem eigenen Land und den angestrebten Reiseländern?

Der Reisende soll ordentlich leben und für seine Reisen ansparen können, falls er dafür über zu wenig Geld verfügt. Was aber mit dem „Leben bei uns verbessern“? Dies mittels politischem Engagement und öffentliche kommunale Situationen transparent darlegen. Wir sollten teilen, auch unsere Zeit.

Die Armut in zahllosen Teilen der Welt gefällt niemandem, und *wir* können dies ändern. Dazu müssten wir nicht extra in arme Länder reisen, genauso gut können wir arme Menschen einladen, *um* voneinander zu lernen. Umgekehrt können wir auf *längere* Reisen dorthin, um eben Verständnis und Lösungen zu finden, auch der Umwelt zuliebe.

Mit Ressourcen sparsamer umgehen! Kreuzfahrten und viele Flüge verbrauchen wertvolles Erdöl. Auf die Tagesordnung also; das Ende des Wachstums zu sehen. Auch im eigenen Land gibt es unglaublich viel zu entdecken. Neue, naturnahe Reiseangebote ausarbeiten. Menschen können betraut werden, ihre Heimat zu zeigen. Grosszügigkeit, spontane Einladungen, erheblich mehr Kultur und Engagement bei uns, in Traditionen eintauchen. Wieder mehr spazieren, Zeit haben, lesen, reden.

Die Menschen müssten sich wieder wirklich als Teil der Natur verstehen, einer grossartigen Mitwelt. Die Bedeutung des Menschen ist überbetont. Wir müssten uns mehr der Natur anpassen und technische Möglichkeiten im Einklang mit der Natur finden sowie einbinden. Es wird für wenige die ersten Weltraumflüge geben. Menschen, welche sich hingegen mit Kräutergärten beschäftigen empfinden wahrscheinlich mehr Freude. Wir Menschen sind soziale Wesen.

Wo fühlen Sie sich wohler, in einem Raumschiff, wo Sie den blauen Planeten sehen oder in einem Kräutergarten, worin Sie die Vielfalt des blauen Planeten mit Ihren Nachbarn bestaunen und einen Tee trinken?

Zum Autor:

Stephan Zurfluh
Altenburgstr. 5
CH-5430 Wettingen

Telefon +41 56 426 54 30
Mobil +41 79 320 57 91

Der Artikel ist veröffentlicht auf

reisen.haus/meinung

Ein thematisch ähnlicher Artikel zur Nachhaltigkeit besteht;
reisezeit.ch/nachhaltigkeit

zur Nachhaltigkeit finden sich viele Bilder auf
www.pixabay.com

Ein Bild mit der "behütenden Erde" als Empfehlung;
<https://pixabay.com/de/natur-erde-nachhaltigkeit-blatt-3289812/>

Neue Domain Endungen vor Durchbruch?

Wahrscheinlich dauert es noch lange, bis neue Domainendungen den Alltag mitbestimmen. Die Kunden sind mit Länderdomains ch, at, de oder mit com oder org vertraut. Die Tourismusbranche hingegen führte bald die Endung .travel ein, welche vor allem von Länderorganisationen gerne genutzt werden. Jedoch suchen Kunden mit einer der geläufigen Suchmaschinen, was sie zu den deren anknüpfenden Webseiten führt. Mittlerweile verfügen die Domainnamen über eine immens hohe Anzahl neuer Endungen, doch wie setzen sie sich durch?

Jonas, ein Domainhändler meint dazu: "Irgendwann sind die neuen Namen allgegenwärtig. Dann sind alle guten Namen weg, denn einen Domainnamen gibt es nur einmal." Laut dem Webdesigner Kurt können viele Kunden mit neuen Endungen nichts anfangen, sie kennen nur die gebräuchlichen Länderdomains. Lassen wir noch die Designerin Sonja zitieren "das Logo kann gleichzeitig den Domainnamen widerspiegeln, – das wäre doch toll, z.B. „Casanova.Bar".

Für den Kunden wird es einfacher. Er kann sich den Namen leichter merken. Der Firmenname gewinnt an Bedeutung, weil die Endung mehr aussagt als ein Land. Auch länderübergreifende Angebote sind leichter fassbar. Anfangs sollte mindestens zwei Jahre auf die alte Adresse umgeleitet werden. Die neuen Domainnamen sind schneller erklärt, ohne störenden Bindestrich und ohne Punkt mit Länderkürzel, welches mit der Marke „nichts am Hut hat“.

Für einfache Begriffe gibt es zahlreiche neue Endungen. Sie werden selten verwendet, wobei gerade für die deutschsprachige Touristik Endungen wie .reisen, .reise, online, center genial wären. Langsam sickern sie immerhin in den Markt ein. Google, Edeka, UBS, ABB und andere Konzerne treten damit irgendwann auf dem Markt, sie haben zu mehr als 1000 Domainendungen Rechte. Der wichtigste „Registrar Donuts“ verlangt teilweise hohe Preise für Domains, bezeichnet selbige als Premium Domains. Domainnamen sind demnach nur zu mieten und jährlich zur Zahlung fällig.

Ich selber bin auf diesen Zug gesprungen, und es macht Spass Inhalte zu sammeln, Logos zu gestalten und Partnerschaften zu suchen. Ideal unterstützt die Endung .reisen deutschsprachige Reiseanbieter. Die Adresse der Webseite (url, zB. kaffee.reisen) dringt einprägsam ins Bewusstsein. Wann neue Endungen den Alltag dominieren, weiss niemand.

Informationen:

Neue Domainnamen können bei fast jedem Internetprovider (Hoster) bestellt werden.

Die besten neuen Domains für die deutsche Reisebranche: reise, reisen, haus, land, restaurant, bar, jetzt, plus, tours, gmbh, swiss, bayern, hamburg, berlin, nrw, koeln, saarland, aero, expert, center, online, one, international, global, ist, xyz, consulting, media, vision, blog , wiki, vip.

[Hier: Die führende Agentur für Domain Beratung Dotzon, Berlin](#)

[Hier: Meine Argumentation für die Vermarktung von „Reisen Domains“](#)

Im Internet habe ich ein Verzeichnis gefunden mit allen Domainnamen, die existieren, inkl. der Unternehmen

[Domainendungen bei Siteway](#)