

Raus aus dem Desaster der Bustouristik

Für die Bustouristik kommen harte Zeiten. Das Corona Virus wird ihre Nachfrage einbrechen lassen, erst mit einer Impfung wird eine Erholung einsetzen. Das gilt vor allem bezüglich der älteren Generation. Alles aussetzen, auf die junge Generation bauen, oder die Reisen anpassen? Das Gesundheitsministerium stellt die Voraussetzungen klar, ständiges Desinfizieren, 2 Meter Abstand, keine Gruppen über 5 Personen.

Wenn ein Busunternehmen nach einer Lockerung der Ausgangsbeschränkungen Reisen für die Senioren als gefährdete Gruppe anbieten möchte, gilt es einiges zu überlegen. Am Ende könnte es bedeuten, dass die Reisen gar nicht möglich sind.

Welche Anforderungen?

Ein grosser Reisebus kann vielleicht nur 15 Personen mitnehmen. Es muss oft desinfiziert werden, viele Pausen für Spaziergänge eingeplant sein, beim Essen und bei den Führungen gilt es Abstand zu halten. Rein theoretisch scheint dies möglich. Es erfordert aber eine genaue Planung der Hotels, damit genügend Platz besteht, insbesondere im Speisesaal. Flexible Essenszeiten wird es ebenso brauchen.

Welches Programm?

Kleine, unbekannte Orte, die dennoch interessant sind für Touristen, gibt es viele. So zum Beispiel das oberpfälzische Stiftsland und zahlreiche Mittelgebirge. Das Programm bedarf längerer Spaziergänge und den Reiseführer so auszurüsten, damit seine Reisegruppe den Vortrag über Kopfhörer folgen kann.

Wie beraten?

Extrem verbohrene Haltungen können die Reise gefährden, deswegen sollte man mit allen Reisenden vor der Buchung

intensive Gespräche führen. Lieber absagen, wenn den Kunden die Sicherheitsbeschränkungen zu weit gehen. Vor Reisebeginn sollte ein „Virus Test“ erfolgen und auch am Ende der Reise. Falls die Reise abgebrochen wird, sollte vorab vereinbart werden, dass keine Regressforderungen gestellt werden.

Prinzipiell könnten Reisen auch bei Corona funktionieren. Es werden dazu mittels Fragebogen noch Meinungen eingeholt. Generell stellt sich immer die Frage, wie wichtig Reisen in dieser Zeit überhaupt ist. Ein Umdenken hat die Situation auf alle Fälle bewirkt.

Falls die kurze Umfrage beantwortet wird, fliessen in den Artikel neue Erkenntnisse ein; sie dauert nur wenige Minuten:

[zur Umfrage über Bustouristik und Corona](#)

Die tendenziellen Ergebnisse liessen sich bisher wie folgt abbilden:

Gedanken zu dem Thema sind sinnvoll, die Verbände müssten sich da mehr engagieren und Diskussionen angestossen werden. Busreisen schaffen für etliche Reisende schöne Gruppenerlebnisse. Im Zeichen von Corona bieten einige Unternehmer 2020 gar keine Reisen mehr an, andere sehen nur noch Angebote im Inland. Reisen mit einem Betriebskonzept gegen Corona sind sehr aufwändig planbar. Ob dann stark erhöhte Reisepreise bezahlt würden wird bezweifelt. Schliesslich hoffen die Bus-Touristiker aber die Krise trotz grosser Verluste zu überstehen. Behutsame Steigerungen der Deckungsbeiträge sind für die Zukunft in der Branche nötig.

Homeoffice weit mehr als zuhause arbeiten

Dank dem Internet und der unzähligen Möglichkeiten, wie E-Mail-Verkehr, Telefonkonferenzen, Recherchemöglichkeiten, Buchungssystemen, etc. bietet sich das Homeoffice an. Doch nur zögerlich setzt es sich durch. Einige Mitarbeiter durften schon immer zumindest einen Tag im Homeoffice arbeiten, nur über eine umfassende Integration wurde wenig nachgedacht.

Der E-Mail Verkehr ist meistens gut gelöst, auch der Einsatz von sozialen Medien kann gut zuhause erledigt werden. Gerade bei Rechercheaufgaben zeigt sich, dass im Homeoffice ein Ansprechpartner fehlt, sobald gerade Ideen fehlen. Eine kurze spontane Frage kann rasch weiterhelfen. Zuhause liegt die Aufmerksamkeit oft woanders. Die Kinder stören mit ihren Wünschen und lenken eigentlich ab.

Ein Gespräch aus dem Homeoffice gestaltet sich immer etwas schwierig. Wenn das Telefon benutzt wird, so ist dies den meisten Menschen vertraut. Sie streben nach Privatsphäre und zögern bei Videoanrufen. Videoanrufe bereiten ferner oft Schwierigkeiten mit der Bandbreite und bedingen qualitative Einschränkungen; dabei pflegt man auch lediglich zweidimensionalen Kontakt.

Sie können Gesichter und deren Umgebungsausschnitte betrachten doch sich kein richtiges Bild machen. Ihre Gefühle leiden tendenziell, denn diese möchten den Raum erfassen, die Stimmung erspüren, wie z.B. ein aufrichtiges Lächeln. Somit fehlen etliche unbewusste Informationen. Jegliches Erleben schwächt dies.

Videokonferenzen erfordern viel gründlichere Vorbereitung als eine Sitzung im Besprechungszimmer. Die Traktanden müssen

klar, jeder sollte vorbereitet sein, und wenn möglich, dies schriftlich darlegen können. Fragen wie Durchführung sollten moderiert werden. Ganz klar, dass man Etliches oft nicht auf dem Display sehen kann.

Programmierer setzen gerne Gruppenchats ein. Jeder schreibt dort seine Kommentare, fokussiert, Aufgaben werden verteilt, priorisiert, delegiert, wenig abgelenkt. Die Stimmung wird ausgeblendet, es geht zur Sache. Damit haben unzählige Probleme; vor allem wenn es um emotionale Fragestellungen geht. Auch hier braucht es eine gute Moderation.

Es gibt zur Gestaltung von Homeoffice-Arbeiten etliche Programme, die jetzt gelernt werden müssten. Diese sollten die Zusammenarbeit organisieren. Sehr stark verbreitet ist „Trello“, doch auch Google bietet viele kostenlose Programme für die Zusammenarbeit.

Dennoch, es braucht im Hintergrund Organisatoren, welche die verschiedenen Homeoffice-Tätigkeiten moderieren und koordinieren. Über Nacht unmöglich umzusetzen; es braucht dazu Lernprozesse, und oftmals ist das Homeoffice hierfür ungenügend. Homeoffice erlaubt zwar den Mitarbeitern Freiheiten, vermindert Reisezeiten und fördert gewisses Vertrauen in Eigenkompetenzen. Was unter diesem Gesichtspunkt sicherlich ein Muss für jedes Unternehmen ausmacht. Wenn auch nur monatlich für ein paar Tage .

Nachhaltig reisen – was macht die Reiseindustrie?

Wenn es um das Geschäft geht, so ist vielen von uns die Umwelt egal. Doch alle wissen, Flugzeuge verbrennen Kerosin und

schaden der Umwelt, und die Reisebranche fördert das Fliegen. Die Kreuzfahrtschiffe gehen wenig zimperlich mit Umwelt und einheimischen Menschen um, sorgen für Konsumfluten, aber auch für zweistellige Wachstumsraten. Ein wenig wird für klimafreundliches Fliegen getan, doch das stellt ein Feigenblatt angesichts der Probleme dar.

Nachhaltiges Reisen unter ökologischem Aspekt anzubieten scheint unmöglich. Genauso steht bei Ferien mehr und mehr das Erleben im Vordergrund und weniger die Erholung. Lange Abwesenheit vom Arbeitsplatz und Abschalten sieht die Wirtschaft ungern. Nur widerwillig werden zwei Wochen Abwesenheit verkraftet. Damit der Körper auftankt, braucht es hingegen Zeit und vor allem wenig Reize.

Die Tourismusindustrie möchte dem Gast vielerlei bieten, wir fördern auch in der Schweiz die „Kurzvisiten“ der Asiaten, die alles und dennoch nichts sehen. Wir wünschen uns auf die eine oder andere Weise Massentourismus, der bekommt besonders dem Zahlenwerk gut. Denn wir sehnen uns reiche Chinesen sowie Inder in unsere Schweiz herbei, welche Uhren kaufen und unserem Umlauf Geld einbringen. Nach dem Glaubenssatz, „Besser Kunden holen die Ware bei uns ab, als dass wir unsere Wirtschaft in den Herkunftsländern zusätzlich über Lieferungen fördern und für Zölle garantieren.“

Doch konkret zurück zum wesentlichen Anliegen hier.

Was würde nachhaltiges Reisen bedeuten? Über möglichst wenig Emissionen, sodass Menschen länger auswärtig bleiben würden, indes Klimaabgaben geleistet würden, indes vermehrt Hotels ökologisch aufgestellt wären, indes biologisches und faires Essen auf den Tisch käme etc... und über mehr Zeit zur Erholung.

Jedoch reisen wir oft, die Slots an den Flughäfen sind ausgereizt, während wir auch den stillsten Winkel der Erde zu entdecken versuchen. Wir erschiessen die letzten Eisbären, weil diese Reisende gefährden. Paradoxerweise denken wir, Polarreisende entwickelten ein besseres Ökobewusstsein. Doch

hinzukommend hätten die noch am liebsten einen Pool an Bord mit Kinos samt Spitzenrestaurant. Der Kreuzfahrttourismus verdoppelte sich innert Kürze und macht aktuell 1% im internationalen Schiffsverkehr aus. Das scheint kaum eine Rolle zu spielen, „Hauptsache Wachstum“.

Wachstum durch Konsum, – ein krasser Widerspruch zur Ökologie. Für viele Länder macht aber der Tourismus eine wichtige Einnahmequelle aus. Wir fragen an unserem Reiseziel wenig einheimische Dienstleistungen an und zeigen uns, – einmal dafür eingetragen -, sparsam darin. Auch deshalb verdienen einheimische Gastfamilien oft wenig an uns. Weshalb kommt sonst noch so wenig Geld bei der Bevölkerung unserer Reiseziele an?

Ganz einfach, alles soll günstig und für mehr Reisende praktischer zugänglich sein. Daher Reisedienstleistungen, die mehr und mehr industrialisiert werden, denn grosse Gruppen ergeben rein ökonomisch mehr Sinn als Individualtouristen. Individualtouristen achten durch speziellere Zugänge und andere Möglichkeiten, wohin genau ihr Geld fließt. Beispielsweise können sie vieles besser und genauer nachfragen als Massentouristen.

Tourismus kann uns allen nützen, wenn wir echte Empathie gewinnen.

Als Beispiel;

täglich trinken wir Kaffee, in 70 Ländern der Welt wird Kaffee angebaut, doch erhalten Kaffeebauern verhältnismässig lediglich einen Brotkrümel. Als Konsumenten hätten wir genügend Einfluss die Situation zu ändern, statt den Lippenbekenntnissen der Konzerne zu glauben. Wir könnten unsere Einstellung zu Sauberkeit, Hygiene in die weite Welt exportieren. Insbesondere könnten wir den Einheimischen als Freunde in wahrer, respektvoller Augenhöhe begegnen und ihnen Reichtum gönnen, statt als reiche, konsumorientierte Touristen nur unsere Sicht zu vertreten.

zum Autor

Stephan ZURFLUH
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

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

Der Artikel ist veröffentlicht auf www.reisen.haus/meinung.

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

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

Wollen Schweizer nur reiche Gäste?

An den Schweizer Tourismusmessen fehlt „Schweiz Tourismus“. Man konzentriert sich lieber auf die Auslandsmärkte. Auf der internationalen Messe „ITB Berlin“ wirkte früher der Stand der Schweizer immer wie ein Tresor, abgeschlossen, niemand wurde ohne vorher vereinbarten Termin eingelassen. Dieser Tresor ist verschwunden, diese Mentalität blieb.

Als ich früher als selbständiger Reiseveranstalter die „ITB“ besuchte, wurde immer ein direkter Zugang verwehrt. Um den „Tresor“ herum konnte ich mit Vertretern, zumeist von kantonalen Tourismusverbänden sprechen. Jetzt wurde dieser Tresor entfernt, der Stand offen und, da ungewohnt, empfindungsmässig ungeschützt. Die Fremden will man offensichtlich aber immer noch nicht, ich wurde das letzte Mal

gebeten den Stand zu verlassen, obwohl seine Mitarbeiter gelangweilt herumstanden.

Wie wird diesmal die „ITB“? Egal, viel wichtiger scheint mir, was wir Schweizer uns mit dem und vom Tourismus wünschen.

Der Glacier Express erhält neu eine Lounge mit Spezialservice, der Bürgenstock ein neues Luxusressort, – astronomische Preise. Deren finanziellen Mittel und Arbeitsplätze bringen immer noch die Masse, um solcherlei Investitionen anzukurbeln und zu begleichen. Um diese Angebote jedoch sorgenfrei und ausgiebig nutzen zu können, ist entweder ein dickes Portemonnaie oder längeres Sparen notwendig. Wir möchten das nicht sehen, es löscht schon etwas ab.

Jene ausländischen Gäste, die am Schwanenplatz, Luzern die Rolex kaufen, haben für diese Uhr und die Reise lange gespart. Sie erfreuen sich dort abgeladen zu werden, wo selbst in den Restaurants bezahlte Drehkreuze das kleine Geschäft teuer machen. Sie leisten sich dennoch lieber die Rolex als ein feines Essen a la carte.

Dem Massentourismus frönt sicher keiner, dennoch vermarktet „Schweiz Tourismus“ fast immer zu wenig das Land und zielt auf Hotspots ab. Auf seinen Pressekonferenzen wird nicht diskutiert, es lenken hier Präsentationen; zuvor noch eine Vorspeise, danach ein leckeres Menü. Fragen betreffend vorig benannten Anliegen sind unerwünscht.

Tourismus entfremdet sich so von den Menschen, sodass wir hierdurch erheblich weniger die Chance zur Begegnung nutzen. Mit Luxustouristen wird dies gesamthaft betrachtet nicht besser; einige verdienen ganz gut damit, doch die breite Masse geht leer aus. Zudem sehen Luxustouristen Einheimische meist nur als ihre Diener, auch für schmutzige Geschäfte nicht zu schade, Schweizer bringen ihre Söldnererfahrung ein.

Ich lebe in der Schweiz, Tourismus beläuft sich auf einen wichtigen Wirtschaftszweig, ich arbeite dafür.

gleichsam immer mehr Ressourcen fordert, mittlerweile zum wichtigsten Arbeitgeber, und die Touristik nimmt auf die weltweite Wirtschaft wesentlichen Einfluss. Doch in wirtschaftlichen Betrachtungsweisen rückt dies in den Hintergrund. Wie sehen hier die weiteren Entwicklungen aus, und was könnten wir verbessern?

80 Mio. Auslandstouristen sorgen in in den USA für 1,2 Mio. Arbeitsplätze und spülen jährlich 250 Mrd. Umsatz in die Kassen, liess der amerikanische Botschafter in der Schweiz, Ed McMullen an einen Workshop verlauten. Doch viel wichtiger sind die touristischen Ausgaben der Einheimischen und bei Geschäftsreisen. Wenn dies eingerechnet wird, so macht der Tourismus tatsächlich in den meisten Ländern mittlerweile den wichtigsten Arbeitgeber aus.

Der Tourismus kennt einige Monopole zu den Buchungsplattformen im Internet und von manchen Hotelgruppen, beispielsweise in Las Vegas. Doch meistens verwöhnen zahlreiche mittelständische Hoteliers ihre Gäste mit unverkennbarem Einsatz. Zahlreiche Privatleute stellen ebenfalls Übernachtungsmöglichkeiten bereit, und viele abgelegene Orte erzielen dank Tourismus noch Einkünfte.

Reisende befinden sich oft in schizophrenen Situationen wieder. Das was sie suchen, eben dieses Unverfälschte und einzigartig Ungetrübte, wird durch ihre Anwesenheit zerstört. Wunderhübsche Altstädte werden sorgsam restauriert, verfallen aber Dank des Tourismus intellektuell. Besonders weil sich deren Bewohner die Mieten nicht mehr leisten können und in die Vorstädte ziehen. Was zurück bleibt sind Hotels, Souvenirläden, Restaurants und teure Zweitwohnungen.

Wir Menschen begeben uns immer wieder auf die Suche nach dem einzigartig Anderen, indes sich doch alles ständig verändert, entwickelt. Dies liegt (neben unserem wesenhaften Anspruch nach Geborgenheit, Bindung und Zugehörigkeit) an unserem ebenso ureigenen Bedürfnis nach Freiheit (Autonomie,

Entwicklung, Lernen, Unabhängigkeit). Insofern verliess die Chilischote einst Amerika und entfachte sogar weit weg in Asien als scharfes Gewürz seinen Siegeszug. Oder ein Engländer entwickelte einst unser beliebtes „Curry“. Zahlloses was heute als „typisch“ gekennzeichnet ist, wurde dereinst mittels Tourismus typisiert.

Bestes Beispiel verkörpert „Lianjiang“. Das chinesische Bergdorf war als UNESCO Weltkulturerbe klassifiziert worden. Als es nach einem Erdbeben an einer totalen Zerstörung litt, erfolgte ein rascher Wiederaufbau inkl. Paläste und Brücken, welche es früher nie gegeben hatte. Die chinesische Regierung schuf hier ein wichtiges Tourismuszentrum, insbesondere für den einheimischen Tourismus und zieht jährlich 40 Mio. Besucher an. Für dessen Personal wurde in der Umgebung eine neue Grossstadt errichtet .

Las Vegas zeigt, wie mit Tourismus massenhaft Arbeitsplätze geschaffen und noch mehr Profite generiert werden. Natürlich profitiert(e) die Stadt vom Glückspielgesetz; doch auch andere Orte in den USA können gewinnbringende Casinos betreiben. Aber in Las Vegas wurden um die Casinos herum äusserst viele Vergnügungsstätten gebaut und einige Innovationen, wie „die Blitzheirat“ geschaffen. Heute arbeiten in Las Vegas weit mehr Menschen für den Tourismus als in Detroit für die Autoindustrie.

Dabei begann die immense Wertschöpfung erst mit dem Aufkommen vernünftiger Löhne und ausreichender Freizeit, welche sich in hohen Gästezahlen manifestiert. Als deren Geburtsstunde gilt die Zeit der „Neckermänner“ (Pauschaltouristen). Der Zenit scheint nun aber überschritten zu sein.

Dadurch, dass nun die Volkswirtschaften Asiens boomen und ein gerütteltes Mass asiatischer Touristen zu Europaaufenthalten anregen, spüren wir diese Art Niedergang nicht. Die erwähnten Volkswirtschaften sorgen schliesslich für hohe Tourismuszahlen. Mithin können wir kaum noch qualitativen

Tourismus gestalten, die Branche versagt.

Auch die reihenweise Rentner, welche über genügend finanzielle Rücklagen zum Reisen verfügen, machen nur ein Aufbäumen aus; denn sie sind nur wenige im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung. Unsere Volkswirtschaften greifen den Tourismus sukzessive an. Den meisten Arbeitnehmern fehlt es trotz mangelnder Freizeit hinsichtlich qualitativem, nachhaltigem Reisen an Kaufkraft. Auch Altersarmut wird immer mehr prognostiziert. Damit würde Tourismus wieder zu einer Domäne der Reichen abgleiten, für die arme Masse würde die Touristik alternative Billigvarianten zum Reisen entwickeln. Eine solche Abwärtsspirale begann eben schon länger, – wie bereits hier skizziert.

Jedoch steckt das Reisen tief im Menschen.

Diesen Trend müssten wir demnach bekämpfen. Reisen darf nicht ein Privileg weniger werden, gleichzeitig bräuchte es Rücksichtnahme und echte, – wirklich echte Nachhaltigkeit. Qualitatives Wachstum ist aber nur möglich, wenn jeder Konsument genügend Geld für schöne Reisen spart, und die Touristik dann auch entsprechende Produkte zu entwickeln vermag.

Autor

Stephan Zurfluh

Brisigstrasse 24

CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30

office@gfie.net

Quelle:

– Die Welt im Selfie, Marco d’Eramo, erschienen im Suhrkamp Verlag

– Eigene Erlebnisse und Eindrücke

Hintergründe

www.tourismus.consulting/

Rohstoffkonzerne und Tourismus

Rohstoffe und Tourismus könnten sich beissen oder sinnvoll ergänzen. Oft werden die Rohstoffe ohne Rücksicht auf die Natur ausgebeutet. Die Eliten eines Landes verfügen hiervon über sichere Einnahmen, ihnen kann das Volk egal sein. Zudem ist die Währung damit oft stärker, es kann günstig importiert werden, was den Aufbau einer differenzierten lokalen Wirtschaft komplex gestaltet. Andererseits entwickelten sich die Emirate dank ihres Öls zu einem touristischen Hotspot.

Wahrscheinlich machen die Emirate eine Ausnahme aus, welche die Regel bestätigt. Ägypten, Marokko oder Tunesien, haben kaum Öl und dennoch eine leistungsfähige touristische Infrastruktur geschaffen. Saudi Arabien, Algerien, Bahrain, Libyen, Russland oder Angola könnten dagegen als Verlierer verunglimpft werden. Bei einigen Ländern schürt der Rohstoffreichtum sogar Bürgerkriege und lässt despotische Herrscher bestehen.

In der Schweiz wird für die Konzernverantwortungsinitiative abgestimmt. Glencore verweigert mit uns jegliche Diskussion, während Nestlés Argumente zugänglich sind. Liegt dies doch an abgehobenen Händlern einerseits und die Erfahrungen, was mangelnde PR bewirken kann, andererseits? Kann es daran liegen, dass Konsumenten auf Nestlé Einfluss nehmen und ernstgenommen werden? Sollte nicht schon alleine daher der Rohstoffmarkt transparent sein?

Glencore betreibt in vielen Entwicklungsländern Minen, z.B. in Kongo oder Sambia.

Kongos Einwohnerzahl beläuft sich auf 80 Mio.. Das Land ist

zerrüttet, und wirtschaftliche Entwicklung wäre von Nöten. Sein wirtschaftlicher Aufbau wäre sorgsam zu gestalten, riesige Tropenwälder befinden sich dort. Der Bevölkerungsdruck auf die Natur ist hoch. Falls ein ungebremses Wirtschaftswachstum entstehen würde, so hätte das katastrophale, globale Folgen auf die Umwelt. Daher könnte ein Tourismus, der sich an der Natur orientiert und eine hohe lokale Wertschöpfung generiert, anzustreben sein. Nur an der „ITB Berlin“ traf kein einziger Vertreter des Kongo ein, und anscheinend hatte Glencore dort Schürfrechte für extrem niedrige Kosten erhalten.

Auf der ITB dagegen befand sich Sambia mit einem Stand, zu 50% mit Europäern besetzt und spärlich ausgestattet. Kleinunternehmer hatten für Reise wie Standmiete investiert und suchten Touristen aus Europa.

Vom Staat her allein schienen wenig Mittel vorhanden zu sein. Doch es gibt gute Reiseliteratur vom Hupe Verlag, einen Reiseführer auf Deutsch und neben den Viktoriafällen durchaus interessante Ziele. Durch welche Mittel aber zeichnet sich der sambische Staat wohl aus, um den Tourismus zu unterstützen?

Infrastruktur und Bildung belasten den Geldbeutel an allen Ecken Afrikas. Seine grösste Einnahmequelle machen die Kupferminen im Norden aus, ebenfalls beherrscht von Glencore. Dort wurde angeblich ebenfalls rücksichtslos mit der Natur verfahren. Zudem braucht es offensichtlich über Glencore die „hohen“ Löhne als Preis für ein „armes“ Leben in Afrika. Wir glauben nämlich, dass Glencore zu viel Geld aus Sambia abschöpft. Vertuschung sehr wahrscheinlich. Verlässliche Zahlen, Fehlanzeige!

Von diesen Geldern profitiert die Schweiz als Sitz zahlreicher Rohstoffhändler. Doch am Ende nimmt noch eine kleine Clique für zweifelhafte Geschäfte die Schweiz „in Geiselnhaft“. Diskussionen und gesetzliche Regelungen, die für faire Standards sorgten, verhindert dieser Zirkel. Nationalrat und Ständerat können folglich keinen Gegenvorschlag erarbeiten.

Währenddessen oft Steuereinnahmen von Konzernen sowie auf Rohstoffe basierend die einzigen Einkunftsquellen vieler armer Länder sind. Es bräuchte für die sinnvolle Verwendung Verantwortung gegen Korruption.

Machen wir noch einen Ausflug nach Russland. Dieses Land hat zumindest in die Landwirtschaft investiert und ist heute der grösste Exporteur von Weizen. Doch auch hier sorgen Einnahmen aus Rohstoffen weitgehend dafür, dass das Volk still gehalten wird und Autokraten regieren. Tourismus hingegen könnte enorm zum Verständnis beitragen, während die Rohstoffhändler meist eine Art „dicken Filz“ bilden.

Informationen:

Stephan ZURFLUH
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

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

Quellen:

persönliche Eindrücke, Gespräche auf ITB Berlin, Korrespondenz mit Glencore und Nestle

Lesen von Büchern und Zeitungsartikel

Mandat als Verwalter eines petrochemischen Rohstoffhändlers

Bei Pixabay finden sich copyrightfrei viele Bilder

www.pixabay.de

Themenseiten zu Ländern (Emirate, Libyen, Sambia, Kongo, Algerien, Tunesien, etc.)

www.reisen.international

Copyright frei, Honorar gerne nach Absprache.

Empathie – dann wie von selbst nachhaltigeres Reisen

Wir sollten mit unseren Reisen die gegenseitige Empathie wiederbeleben. Damit kann unserer Meinung nach Nachhaltigkeit im Tourismus gelingen. Die Reiseindustrie stellt sich als grösster Klimasünder der Welt heraus. Doch wenn sich oberflächliche Einstellungen bezüglich Verantwortung bessern, ist viel gewonnen. Empathie bedeutet Einfühlungsvermögen und sollte dazu beitragen positiv passende Lösungen zu finden. Diesbezüglich bringt uns der Tourismus mit der ganzen Welt in Berührung.

Grob skizziert ist dies unser Ziel.

Weshalb kann das Reisen die Welt voranbringen?

Wenn wir uns in andere Menschen einfühlen möchten und können, so finden wir Möglichkeiten unbefriedigende Zustände gemeinsam abzustellen. Oft treffen Überflussgesellschaften auf grosse Armut und ein immenses Bevölkerungswachstum. Jedoch viele junge Menschen können im Tourismus ihr Auskommen finden. Tourismus kann hier menschengerechte Arbeitsplätze schaffen, welche wir auch bei uns beibehalten und teilweise gar anstreben sollten. Nur treffen wir oft als Reiche in andere Länder ein, Dienstleistungen sind dort meist günstig, indes zuhause Geld für gute Jobs im Tourismus fehlt.

Jetzt wiegen wir uns in vermeintlicher Sicherheit auf dem richtigen Weg zu sein, obwohl wir weit davon entfernt sind. Wir glauben, genug einzelne hätten sich genug weiterentwickelt, um naturbewusste & soziale Grüppchen zu bilden, in denen jeder einzelne Verantwortung für sein Handeln übernimmt.

Doch genügt das?

Man geht tendenziell davon aus, man selbst tue ja genug. Aber tun das genug andere auch?

Letzteres betreffend Reisekonsum bestimmt nicht.

Seit Jahren gibt es keine ernsthaften, sozialen Reformen mehr. Wir wissen genau, dass der jetzige Reisekonsum für alle die Welt ruiniert und predigen die freie Marktwirtschaft. Die will alles was es gibt möglichst gratis und dennoch hohe Profite für ihre Eigentümer. Nur dem hohen Wettbewerb geschuldet erzielt Tourismus meist relativ tiefe Margen. Doch er trägt als grösste Wirtschaftsbranche eine erhebliche Verantwortung.

Die Marktwirtschaft beruht theoretisch auf der Gier des Menschen, der nie genug bekommt. Sie handelt gegen die Natur, die ein komplexes Wesen ausmacht und in Kreisläufen denkt. Unsere Zeit setzen wir in diesem, unserem System ein, um materielle Dinge zu produzieren oder einen möglichst hohen Profit zu erzielen. „Gute Verkäufer“ verdienen sich dank Empathie wiederum eine goldene Nase. Jemand der sich einfach und **schnell** in andere Menschen hineinversetzt, kann nun einmal auch unsinnige Dinge andrehen, – soziales Verhalten Dank Empathievermögen hin oder her.

Wissenschaftler meinen, dass nur 10% wirklich gut ausgebaute, empathische Fähigkeiten im Erwachsenenalter im Verhältnis zur Kindheit Zugang erhalten. Kinder können hervorragend empathisch denken, denn sie fühlen mehr. Verantwortlich dafür sind sogenannte Spiegelneuronen. Empathie ist wichtig für die Sozialkompetenz, und um Beziehungen herzustellen. Es geht um Zuhören, Mitfühlen, Erkennen der Körpersprache, Gesten und Mimik. Wenn daraus richtige Entscheidungen getroffen werden, so ist das prima für alle Beteiligten. Andere Kulturen sind uns hier überlegen.

Der „gute Geschäftsmann“ nutzt Gelegenheiten und Schwächen aus und sorgt sich erst später um soziale und ökologische Effekte. Er will ein dringendes Bedürfnis stillen, und dies passiert oft unüberlegt. Solch ein Verhalten verhalf zu enormem

Wohlstand aber auch zu kaputten Menschen und einer zerstörten Umwelt. Die ganzheitlich legitimen Prioritäten für heute benötigen ein komplexes Denken.

Aus dieser Situation können wir entrinnen, sobald wir unsere Empathie bereitwillig und lustvoll wiederentdecken und wieder erlernen, daher langfristig denken und andere Kulturen schätzen. Wir müssten weg von der Haltung als Reiche die Welt zu bestimmen, sondern zuhören und uns Zeit nehmen.

Diesen Weg verfolgen wir mit unseren Reisen und gleisten dazu mehrere Projekte auf.

Insbesondere sind diese Aufenthalte und Mitarbeit auf Plantagen.

Wir diskutieren generell über unsere Branche und fassen wieder und wieder unsere Erkenntnisse zusammen. Gleichzeitig starteten wir Weiterbildungsinitiativen. Dabei möchten wir die Lust am eigenen Potential der Reisenden wecken. Eine Reise soll etwas Besonderes ausmachen. Wir informieren zu vielen Reisetemen und Regionen auf zahlreichen Webseiten.

Wir führen einen kleinen Reiseveranstalter und probieren nicht einmal einen einzigen Reisenden umzupolen. Jedoch suchen wir zumindest nach erfolgter Reise konsequent das Gespräch. Daraus resultieren Verbesserungen.

Neu fördern wir Nahtourismus und möchten die zwischenmenschliche Begegnung in den Vordergrund rücken. Als mich Liedermacher mit Gitarre verfügen wir meistens einen guten Zugang, um „das Eis“ zu brechen und auch kritische Themen zu Religion und Politik zu beleuchten.

Am wichtigsten ist es immer wieder zu versuchen mit gutem Beispiel voranzugehen und alle Menschen einzubinden. Es macht uns betroffen, wenn wir all das Unheil sehen. Da suchen wir selbstkritisch einen Weg unseren Teil zur Lösung der Probleme beizutragen.

Informationen:

Stephan ZURFLUH
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

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

Quellen:

Viel praktische Arbeit und allgemeine Recherche, Gespräche
aktiver Touristiker seit 2001, Mitglied bei der QTA

Bei Pixabay finden sich viele Bilder, Suchbegriffe: Gefühle,
Gehirn, Netzwerke, Menschen
www.pixabay.de

Initiative Reisende zu coachen
www.reise.coach

Beschreibung der Reisebranche
www.reisen.haus

Themenseiten, die viele Ideen liefern sollen;
www.reisen.international
www.themen.reisen

Initiative Reisende zu coachen
www.reise.coach

Meine Seite als Liedermacher;
www.zurfluh.de

Gesundes Reisen mit der richtigen Darmflora

Essen und Trinken, dies müssen wir auf Reisen tun. Wir können uns von schmackhaften Essen verwöhnen lassen. So lernen wir eine neue Küche kennen, die unser Darm nicht kennt und Probleme bereiten kann. Da hilft es auch nichts, wenn wir nur abgekochtes Wasser trinken, unsere Darmflora ist komplex. Eine mögliche Problemlösung hat das Zuger Startup mybacs entwickelt.

Ob ein entspannter Wellnessstrip, eine aktive Sportreise oder eine sonnige Auszeit am Meer, Essen und Trinken spielen dabei immer eine zentrale Rolle. Doch in fernen Ländern, bei hohen Temperaturen kann es schnell zu unerfreulichen Überraschungen kommen, die den verdienten Urlaub überschatten. Und das macht leider keine Seltenheit aus, laut der WHO leiden jährlich 80 Millionen Reisende an Darmproblemen.

Der Grund weshalb diese Probleme meist nur bei Reisenden auftreten, ist, dass sich die Darmflora der Einheimischen bereits an das für die jeweilige Region spezifische Erregerprofil angepasst hat. Vor einer Reise, vor allem in exotische Länder ist also eine gute Reisevorbereitung entscheidend. Dazu gehört nicht nur sich über Sehenswürdigkeiten, Ausflüge, Strände oder ähnliches zu informieren, sondern auch über Hygienestandards, klimatische Bedingungen, medizinische Versorgung und etwaige Gefahren.

Welche Schutzvorkehrungen können Sie also vor oder während Ihrer Reise treffen?

An erster Stelle stehen effektive Hygienemaßnahmen;

- Hände waschen und am besten Händen desinfizieren. Berühren Sie so wenig wie möglich Augen, Mund und Nase, und reinigen Sie alle Oberflächen und Instrumente zur

Lebensmittelzubereitung.

- Vermeiden Sie darüber hinaus nicht nur Leitungswasser aus dem Hahn, sondern auch Eiswürfel.
- Für Lebensmittel gilt zusätzlich der klassische Merksatz „Cook it, peel it or forget it “ dt.: „Kochen, durchbraten, schälen oder bleiben lassen!“

Diese drei Maßnahmen können Ihnen dabei helfen die größten Risikofaktoren, welche zu Verdauungsproblemen führen, zu umgehen. Zusätzlich zu den oben aufgezählten Maßnahmen gibt es die Möglichkeit mit probiotischen Nahrungsmitteln die Verdauung zu stärken. Joghurt, Kefir, Sauerkraut und Miso sind gute Beispiele hierfür. Falls diese Nahrungsmittel kein fester Bestandteil Ihres alltäglichen Speiseplans ausmachen, besteht die Möglichkeit auf Nahrungsergänzungsmittel zurückzugreifen.

Das Zuger Startup „mybacs“ bietet beispielsweise diese probiotischen Nahrungsergänzungsmittel, sogenannte „Travelbacs“, welche die Verdauung auf die entsprechende Reisedestination vorbereiten und während der Reise stärken. Travelbacs gibt es unterdessen für Asien, Lateinamerika, Afrika & den Mittleren Osten sowie Europa & Nordamerika. Diese können entweder als Vorbereitung vor Abreise oder zur Stärkung während Ihrer Reise eingenommen werden.

Informationen:

Stephan ZURFLUH
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

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

Quellen:

Textlicher Inhalt von mybacs, zugesandt von Fidelio Börm nach der Begegnung auf dem „Startup Summit St. Gallen“.

Tel. +49 176 231 077 55,
fidelio@mybacs.co
www.mybacs.ch

Persönliche Erfahrungen, dass Essen auf Reisen oft eine Herausforderung für den Darm ist.

Bei Pixabay finden sich copyrightfrei viele Bilder, auch mybacs hat ein Foto zur Verfügung gestellt.

Suchbegriffe: Essen, Toilette, Arzneien

www.pixabay.de

Informationsseite über Reisen mit vielen Tipps;

www.reisen.international

Mit Themenreisen auf Spurensuche

Ein Reiseziel aufgrund alltäglich relevanter Themen auswählen.

Mit Porzellan fing es an, seitdem sind so einige Alltagsthemen hinzugekommen. Alle versprechen sie informative Spurensuche und Beschäftigung mit einem bestimmten Thema.

Auch ein Thema, nach den ersten Recherchen geht es darum Reisepartner zu finden.

Alles begann mit der Frage, wie man bei Google „Position 1“ einnehmen kann. Dann unser Testfall, Reisen in die Porzellanstadt Selb; es hat geklappt, eine gute Webseite mit „WordPress“, deren Eintrag in Verzeichnissen, die Anmeldung bei Suchmaschinen, Sitemaps, Einsatz von Twitter, Facebook und YouTube, viele interessante Links, einige Links zur Webseite,

Presseartikel, Einbezug von Themen des Wettbewerbs. Insgesamt drei Monate Arbeit, „geschafft.“

Am Ende wusste man genau, wie zu positionieren, welches die beste Zielgruppe ist, und wie diese am günstigsten erreicht wird.

Es bereitete Spass, und heute kann an den Erfolg angeknüpft werden. Dafür sind viele Projekte aufgelegt, die gemeinsam vermarktet werden können. In der Schweiz sind das Schokolade, Uhren, Käse, aber auch der Jura. Es gibt weitere Ideen für Sekt, Schnaps und für Winzer, für Blumen, Obst, für Agrotourismus und zahlreiche mehr. Seit 18 Monaten werden über 40 Portale gefüllt, jetzt startet die Arbeit mit sozialen Medien.

Einige Nr. 1 Positionen sind bereits erkämpft, was es braucht ist die gemeinsame Arbeit an einem Thema. Vor allem mit geschickten Verknüpfungen und sich ergänzenden Aktivitäten kann viel erreicht werden. Eine gute Zusammenarbeit kann Beachtliches zu Tage fördern und Authentizität herauschälen.

Heute bestehen über 5000 Bilder, mehr als 1000 Beiträge auf über 40 Portalen, das intelligent verlinkt; insoweit eine nützliche Grundlage.

Für Reiseunternehmer ergibt es ein Fundus an Ideen, und die Portale wachsen stets mit Inhalten wie Erfahrungen und Reiseideen. Darin involviert sind „MitMachideen“ und „Know“, welche transparent zugänglich sind.

Dennoch braucht es Vermarktung und dafür finanzielle Mittel, welche gemeinsam aufgebracht werden sollten. Wichtig sind lokale Ideen für Tourismus und gemeinsames Schaffen. Lohnenswerte Nischen, die sich von der Konzentration auf Reiseziele abheben, werden aktuell wenig vermarktet.

Tourismusmarketing mit kleinen Budgets ist eine hohe Kunst. Die nationalen Tourismusverbände setzen vor allem auf bekannte Ziele und viele Reisende. Das bringt aber vielen Regionen

wenig.

Was mit lokaler Vernetzung und entsprechenden Aktionen? Neben harter Arbeit kostet dies insbesondere Zeit und Überzeugungsarbeit.

Veröffentlichung auf unserer Webseite zum Download;
www.reisezeit.ch/pressearchiv

Bilder bei Pixabay kostenlos und copyrightfrei
www.pixabay.com

Quellen:

Erfahrung als Reiseveranstalter, Gespräche, Infoveranstaltungen
mittlerweile 18 Monate aktive Spurensuche und über 40 Portale,
das Verzeichnis
www.themen.reisen

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30
office@gfie.net