

Slowakei – weite Natur ganz nah

Die Slowakei im Osten Europas ist ein weitgehend unbekanntes Land. Die hohe Tatra und Bratislava sind ihre bekannten Ziele. Wie lässt es sich in dem Land, dem jüngsten unabhängigen Staat Europas herumreisen?

Sicher, bequem und Bratislava ist dank der Lage an der Donau und der österreichischen Grenze eigentlich ein beliebtes Reiseziel. Die Stadt ist schön herausgeputzt, viele Cafés laden zum Verweilen ein, es birgt bedeutsame Galerien, Museen, Restaurants, gutbürgerliche Hotels. Aus der Schweiz gelangt man schnell nach Wien und von dort via zahlreichen Verbindungen mit Bus oder Zug nach Bratislava.

Spektakulärer gestaltet sich eine Reise in die hohe Tatra. Ich habe Poprad und ihre Umgebung besucht. Dort wird es mit der Sprache schon schwieriger, nur noch wenige Leute sprechen Deutsch. Dafür spürt man hautnah das slowakische Leben. Die slowakische Sprache habe ich vereint mit dem dortigen Leben, eigentümlichen Charme und den mystischen Landschaften als äusserst sinnlich empfunden. Viele wandern gerne in den Bergen.

Als Wandergebiet ist die hohe Tatra erschlossen, und überall finden sich verzauberte Dörfer umrahmt von Bergen und Wäldern. Es mutet hier zwar weniger spektakulär an als in den Alpen, die hohe Tatra steigt auf über 2000 Meter. Aber beeindruckt haben mich die Berge und Hügel allemal.

Ich bin ebenso mit einer Schmalspurbahn in ein Bergdorf gefahren und habe ein paar kleine Wanderungen unternommen. Alles wirkt ursprünglich, und vor allem geniesse ich die Stille hier. Aktuell reisen wenig Schweizer in die Karpaten. Warum eigentlich? Wer sich Zeit nehmen kann, reist mit dem Zug

an. Für Senioren ist die Bahnfahrt in der Slowakei kostenlos. Die Unterkünfte sind komfortabel, das Essen herzhaft und die Sprachbarrieren lösen sich auch wie von selbst. Nur schon, weil in vielen Restaurants die Speisekarten bebildert sind.

Quellen

Besuche in der Slowakei, dokumentiert mit weiteren Infos und viel Bildmaterial;

www.slowakei.reisen

Im Weltall übernachten und auf die Erde blicken

2022 könnte das erste Hotel im Weltall Eröffnung feiern. Auf der Flugzeug- und Raumfahrtmesse MAKS Ende August bei Moskau kann dies ein Thema sein. Russen, Amerikaner und Chinesen reissen sich um das prestigereiche Projekt.

Wahrscheinlich könnten die Russen die ersten Anbieter sein. Ihre „Sojus Raumfähren“ starten und landen zuverlässig, ebenso steckt reichlich russisches Wissen in der Weltraumstation ISS.

Der Transfer ins All dürfte USD 300'000,- kosten, eine Übernachtung USD 35'000,-. Das Hotel wird für 6-8 Leute ausgelegt. Es soll 20 Kubikmeter gross sein, und man darf gespannt sein, wie die Betreuung im Hotel aussehen wird. Jedenfalls ergeben die ständige Umkreisung der Erde und der Blick darauf aus dem Weltraum unvergessliche Erlebnisse.

Ein wenig Atmosphäre kann schon bei einem Kosmonauten-Training der Sternenstadt bei Moskau geschnuppert werden.

Schon seit über 10 Jahren werden hier MiG Flüge angeboten. Sie

erreichen die Stratosphäre, und man kann die Erdkrümmung bewundern. Die Slots sind trotz des Preises von über Euro 20'000,- gut gebucht.

Quellen

Webseiten von GUSReisen für Flug- und Weltraumabenteuer;

www.mig.reisen

Webseite der Internationalen Flugausstellung MAKS vom 27.8.-1.9.19;

www.aviasalon.com

Hilfe, die Algorithmen entscheiden

Still, heimlich und schleichend haben Algorithmen die Macht übernommen. An vorderster Front Google. Bei manchen Problemen, wo jeder Unternehmer einschreiten würde, sind die Mitarbeiter und Manager machtlos. Algorithmen entscheiden, der Kunde muss sich fügen. Wenn es Probleme gibt, helfen Foren weiter, und es geschieht immer seltener, dass sich Mitarbeiter von Unternehmen aus eigenem Antrieb engagieren. Im Gegenteil, durch Digitalisierung verschwinden menschliche Kompetenzen. Digitales Nomadentum gepaart mit Verdummung auf ein paar Zeichen hin sind Realität geworden.

Die Vorreiter der Algorithmen waren einst Überlegungen, Abläufe zu beschleunigen und später zu automatisieren. Es wurde sich in der Arbeitswelt angeschaut, wie einzelne Abläufe in Prozesse gepackt werden können. Diese wurden stetig optimiert und kontrolliert, durch diese Fertigung waren aber die Kunden kaum betroffen.

Heutzutage werden die Verwaltungs- und Verkaufsprozesse noch vermehrt automatisiert und durch Algorithmen optimiert. Diese lernen selbständig weiter, das Schlagwort lautet künstliche Intelligenz. Wir füttern diese "Intelligenzen" mit zahlreichem Material, „Big Data“ das Schlagwort hierfür. Mehr und mehr werden die Algorithmen stetig angepasst und schliesslich sollte alles durch einen Algorithmus abgedeckt sein. Die Internet-Monopolkonzerne aus Amerika legen hier ein unglaubliches Tempo auf, welches sich jeglicher demokratischen Kontrolle entzieht. Am Ende sehen sich deren und zahllose andere Mitarbeiter machtlos und müssen sich den Algorithmen unterordnen.

Ein Beispiel, ich habe ein Telefon gekauft, und dieses ist innerhalb der Garantiezeit defekt gewesen. Ich bin genötigt gewesen alle mögliche Daten einzugeben und Fotos zu schicken, ein mühevoller Prozess. Letztendlich die Info, dass das Gerät nicht offiziell in der Schweiz vertrieben wird und lediglich nach Deutschland geliefert werden könnte.

So weit, so gut. Ich habe sowieso eine einwöchige Reise nach Deutschland geplant und gehofft, dass das Gerät dort eintrifft. Mein bisheriges Telefon habe ich sofort bei Ankunft in Deutschland abgeschickt, dafür habe ich eine Rücksendeschein erhalten. Jedoch erst nach drei Tagen seit meiner Sendung und meinen Angaben in Deutschland ist das Paket in Belgien aufgegeben worden. Die Sendung hätte ich an eine Adresse Nähe der Schweizer Grenze umleiten wollen, unmöglich.

In diesem Zusammenhang ist viel falsch gelaufen, die Mitarbeiter haben falsche Links geschickt. E-Mails können zudem nur an eine deutsche IP adressiert werden, und die Abklärungsgespräche haben lange gedauert. Am Ende sind die Mitarbeiter machtlos gewesen. Sogar der „Country Manager“ von Google hat bestätigt, dass die Entscheidungsfreiheit hier tief ist.

Mitarbeiter werden dadurch quasi entmündigt und müssen den

Algorithmen gehorchen, und auch der Kunde wird gezwungen sich den Algorithmen unterzuordnen. Jetzt kommt das „Machine Learning“ dazu, an welcher Stelle die Algorithmen immer besser werden sollen. Doch die kreative, intuitive Lösung eines Menschen wird ein Algorithmus nie erreichen. Doch statt hier die menschlichen Stärken auszubauen, müssen sich die Menschen den Systemen unterordnen.

In Zukunft werden Algorithmen noch mehr Macht gewinnen, und wir erst später merken, auf welcher vielfältigen Weise wir von Digitalisierungen abhängig geworden sind. Wir werden ebenso von Computern bedient, sogenannten „Chatbots“ und dies als normal empfinden. Es sprechen schliesslich nur noch Algorithmen mit den Kunden. Computer werden in der Lage sein sich selbst und weitere Computer zu programmieren. Wer nicht in dieses Raster passt, fällt raus. Grosse digitale Unternehmen sind private Firmen, die sich ihre Geschäftspartner auswählen dürfen. Wer deren Richtlinien nicht erfüllt, wird hier diskriminiert.

Die Beispiele von entmündigten Mitarbeitern häufen sich in meinem Umfeld. Mehr und mehr und schliesslich alle Arbeiten sollen automatisiert und mit künstlicher Intelligenz erledigt werden. Das geht schneller als wir denken. Mitarbeiter sollten hierbei als digitale Nomaden durch die Welt ziehen, sich nur über Onlinekonferenzen austauschen. Callcenter werden konzentriert in Ballungszentren aufgebaut, an welchen Orten Mieten unbezahlbar werden. Mitarbeitergespräche untereinander finden selten statt, denn Mitarbeiter werden zu Roboter degradiert.

Alle Probleme sollen die Kunden hingegen gemeinsam in Foren lösen. Die grossen Unternehmen hoffen, dass die für ihr Umfeld zuständigen Dienstleister dort fleissig weiterhelfen. Kundenservice? Fehlanzeige. Einen Mitarbeiter zu erreichen, schwierig. Hilfestellende Telefonnummern und E-Mails werden immer weniger bekannt gegeben. In letzter Zeit engagieren sie sich hier eher in der Hoffnung so „Outsourcing Aufträge“ zu

ergattern. Das System funktioniert. Freelancer scheint der Traumberuf vieler auszumachen, nur in der Verhandlungsmacht halten sie dabei kaum noch das Zepter in der Hand.

Die grossen, amerikanischen Unternehmen konkurrieren wenig, jeder macht es sich in seiner Monopolecke bequem. Microsoft engagiert sich kaum mit der Suchmaschine Bing, Google ist Google+ egal. Ebay kümmert sich nur um Versteigerungen, PayPal nur um Zahlungen.

Nur noch Spezialisierung ist gefragt. Wenn jemand mit einer neuen Idee den Markt betritt, wird alles getan, dass sich Monopole entwickeln, meistens aufgekauft. Die Politik schläft, „es spielt ja der Wettbewerb.“

Im Gegenteil, durch Steuersparmodelle und Akzeptanz von unredlichen AGBs wird den digitalen Kapitalisten der Rücken gestärkt.

Wir wissen das alles und lassen es geschehen. Jeder weiss, wie schnell er dank der Datenmacht verstummen kann. Jeder Marketingexperte weiss, dass, wenn er von Google oder Facebook blockiert wird, um seine Existenz fürchten muss. Jeder wird zustimmen, dass gerade deswegen die Karten neu gemischt werden sollten.

Wir müssten unbedingt fordern die Datenhoheit wieder den Menschen zu übergeben. Wir sollten innehalten. Über die ganzen Entwicklungen müssten wir dringend diskutieren können. Was aktuell abläuft verstehen die wenigsten. Die Menschen müssten das Tempo vorgeben, nicht die Technokraten.

Das bedeutet unsere Zukunft von allen Menschen gestalten zu lassen, dies oftmals gemeinsam und immerzu solidarisch. Wenn wir dann dennoch in manchen Dingen abgehängt werden sollten, könnte das sogar gut sein. Denn wer möchte sich schon von Algorithmen bestimmen lassen?

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24

Glückliches Reisen – Schokoreisen

Schokolade macht glücklich. Dem stimmt wohl jeder zu. Schokoreisen könnten glücklich machen. Stephan Zurfluh aus Wettingen bietet Schokoreisen samt ihren vielen, genüsslichen Ideen an, indem die Reiselustigen an einem Tag überrascht werden. Gemeinsam mit dem engagierten Reisespezialisten und Liedermacher wird zahlreich zu schokoladigen Abenteuern und Kenntnissen aufgespürt und Reiseideen entwickelt. Wunschziel sind hierbei Kakaoreisen nach Afrika, in Folge die Reisenden auf einer Kakaofarm leben, Freundlichkeit und Empathie erfahren sollen.

Die Reiseindustrie menschlicher zu gestalten, das macht das Ergebnis seiner Entrepreneurship Ausbildung bei Professor Günter Faltn aus. Sein Studium in Berlin eröffnete Stephan Zurfluh zuvor schon neue Sichtweisen. Doch wie können wir den Tourismus neu gestalten? Ganz einfach, den Menschen wieder stark in den Vordergrund rücken, weg vom Massentourismus, hin zu persönlichen Eindrücken, die das Leben wirklich, – wirklich bereichern.

Marcela Salas, eine bekannte Künstlerin hatte ihn zu „Kakaoreisen“ inspiriert; Stephan Zurfluh wohnt in der Schweiz, „das sollte die Leute doch interessieren.“ Die Schweiz gilt als Schokoland. Woher kommt eigentlich der Kakao?

Grösstenteils aus Westafrika, also machte sich Stephan Zurfluh

auf dem Weg nach Ghana. Er besuchte dort Kakaobauern, lernte Forschungsinstitute kennen und erfuhr, dass Kakao auch in Kosmetika als wertvoller Grundstoff gilt und ein bitteres Schokogetränk etliche nützliche Vitamine enthält.

Er wusste danach, „Kakaoreisen“ stellt grosse Herausforderungen. Die Reiseindustrie in Ghana ist wenig entwickelt, ihre Infrastruktur schwierig, und verschiedene Wertvorstellungen gehen hier auseinander. Auch die Schokofabrikanten in der Schweiz zeigten sich zwar interessiert, jedoch fehlte die richtige Unterstützung für sein Vorhaben.

Stephan Zurfluh kann prima Webseiten bauen, er organisiert in der Region Baden einen regelmässigen, kostenlosen Erfahrungsaustausch für WordPress und hat begonnen, viele Webportale um das Projekt zu bauen:

- Einen Reiseveranstalter, der Transparenz und Offenheit leben soll, „Glücklich und Sanft Reisen“ in Anlehnung an GUSReisen, den Ostblock-Spezialisten, welchen er seit 15 Jahren leitet; (T.Reisen).
- Die Diskussion zu Fairtrade, indem er die Meinungen zum fairen Handel diskutieren möchte. Dazu hat er schon zahlreiche Beiträge publiziert und sogar die Branche mit dem Thema „Blockchain Logistik“ konfrontiert; (Fairtrade.Win).
- Für Freiwilligenarbeit eine Plattform, damit Leute, die länger im Land bleiben, die Situation besser beurteilen und als Botschafter wirken können. Ein Angebot in einer Kakaoregion wird quasi zum Nulltarif forciert; (Volunteer.Reisen).
- Reiseleiter in Afrika können sich auf einer Plattform vorstellen und die Reisenden direkt mit ihnen in Verbindung treten. Dafür werden soziale Medien genutzt und Universitäten angeschrieben; (Travelguide.Africa).
- Coaching ist aktuell ein Trend, diese Leistung wird gerne honoriert. Wie soll aus dem Mitarbeiter im

Reisebüro ein Coach werden, der das volle Potential des Reisenden zur Entfaltung anregt? Eine Webseite soll Antworten liefern (Reise.Coach).

Mittlerweile hat er weitere Webauftritte kreiert; (Länderseiten, Safari, Visadienst, Nachbarschaftsökonomie, Reisepartnersuche, Reisetemen, Reiseorganisation, Verhalten, Tourismusberatung, Gutscheinportal, Lobbying, etc.) und eine feine Domainsuche entwickelt. Als Webseitenspezialist nutzt er die modernen Domainendungen und sorgt für Diskussionen. Für viele Adressaten hält er passende Themen bereit.

Während Stephan Zurfluh am Projekt arbeitete, merkte er, dass es schwierig sein würde den Kunden für Kakaoreisen zu erreichen. Noch schwieriger wird es werden, den Kunden über die Herausforderungen bei Kakaoreisen im Vorfeld aufzuklären.

Logische Konsequenz – ein Angebot entwickeln, womit leichter Kunden angesprochen und gleichzeitig die Beratung intensiver gelebt werden kann. Das Projekt „Schokoreisen“ wurde geboren und Schokohersteller besucht. Nun geht es darum, in der Schweiz konkrete Tagesausflüge, die auch länger dauern könnten mit Kunden zu entwickeln.

Auf der Webseite (www.schoko.reisen) werden viele Schokohersteller beschrieben und einige Ideen skizziert. Vor allem rätselt diese zu Kombinationen. Die Webseite wurde erstmals auf dem Entrepreneur Summit in Berlin skizziert, wo Stephan Zurfluh es mit seiner Idee beim Wettbewerb „Proof of Concept“ ins Finale schaffte. Aufgrund der Gespräche auf dem Kongress bestehen unterschiedlichste weitere Ideen, jetzt heisst es Kunden finden.

Dafür vermarktet sich Stephan Zurfluh selbst als Gästebetreuer. Er verbringt den Tag mit den Kunden, verlangt dafür sein Honorar und will einen glücklichen Tag schaffen. Heraus aus dem Alltag, das Glück suchen und vielleicht später eine mehrwöchige Reise nach Afrika unternehmen.

Kurzversion des Artikels:

Schokolade macht glücklich. Schokoreisen könnten glücklich machen. Das dachte sich Stephan Zurfluh aus der Schweiz und hat dazu viele Ideen entwickelt. Er ist selbst Reiseleiter und möchte Menschen für Kakaoreisen nach Afrika begeistern.

Die Reiseindustrie könnte menschlicher gestaltet werden. Dafür sollen sich Menschen begegnen und freundschaftlich miteinander umgehen. Mit Schokolade kommen wir oft in Berührung, und in der Schweiz lässt sich damit wunderbar ein Schokotag gestalten.

Stephan Zurfluh ist vor einem Jahr nach Westafrika gereist und von Kakao und den Menschen Afrikas fasziniert. Hier liegen beträchtliche Herausforderungen. So ist die Tourismusindustrie wenig entwickelt, und es braucht daher eine fantasievolle Kontaktaufnahme mit potenziellen Kunden.

Als WordPress Spezialist gestaltete er zahllose Portale im Umfeld von Reisen, erklärte erstmal seine Vision als Reiseveranstalter, schrieb Freiwilligendienste aus, diskutierte über Fairtrade und konzipierte eine Nachbarschaftsökonomie. Als neuste Idee bringt er das Reisecoaching in Umlauf, sozusagen um beim Reisenden anzusetzen und dessen volles Potential zur Entfaltung anzuregen.

Mit dem Projekt „Schokoreisen“ macht er sich auf Kundensuche. Damit führte er den ersten Auftritt bereits auf dem „Entrepreneurship Summit“ von Günter Faltin durch, womit er zu den Finalisten zählte. Dadurch wurde er zu vielen Ideen inspiriert, die er in der Schweiz offeriert.

Informationen:

Stephan ZURFLUH
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

Telefon +41 56 426 54 30

Mobil +41 79 320 57 91

Der Artikel wurde publiziert auf, (es gibt dort auch eine Kurzversion);

www.kakao.reisen/marketing

Wir empfehlen Bilder von Pixabay.com (copyrightfrei ohne Autorennachweis).

Suchbegriffe: Kakao, Praline, Schokolade,

Kakaobäuerin mit Kakaofrüchten,

Schokopralines

Schokolade

Nachhaltig reisen – was macht die Reiseindustrie?

Wenn es um das Geschäft geht, so vergessen viele im Hinblick auf die Umwelt ihr Gewissen.“ Doch alle wissen, Flugzeuge verbrennen Kerosin und schaden der Umwelt, und die Reisebranche fördert das Fliegen. Wenig zimperlich geht die Kreuzfahrtschiffsgesellschaft mit Umwelt und einheimischen Menschen um. Sie sorgen für Konsumfluten, aber auch für zweistellige Wachstumsraten. Wenig für klimafreundliches Fliegen wird getan. Doch angesichts der Probleme ist dies nur ein Feigenblatt.

Nachhaltiges Reisen unter ökologischem Aspekt anzubieten scheint unmöglich. Genauso steht mehr und mehr das Erleben zugunsten von Ferien 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 er

hingegen Zeit und vor allem wenig Reize.

Die Tourismusindustrie möchte dem Gast vielerlei bieten; auch in der Schweiz fördern wir die „Kurzvisiten“ der Asiaten, die alles und dennoch nichts sehen. Massentourismus wünschen wir uns auf die eine oder andere Weise. Dieser bekommt schliesslich besonders dem Zahlenwerk gut. Denn wir sehnen uns in unsere Schweiz reiche Chinesen sowie Inder 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 zurück, konkret zum wesentlichen Anliegen hier:

Was wäre nun nachhaltiges Reisen? 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 usw... und über mehr Zeit zur Erholung.

Jedoch reisen wir oft. Die Slots an den Flughäfen sind nicht nur während der Hochsaison, während wir auch den stillsten Winkel der Erde zu entdecken versuchen. Die letzten Eisbären erschiessen wir, da diese Reisende gefährden. Paradoxerweise denken wir, Polarreisende entwickelten ein besseres Ökobewusstsein. Doch hätten die noch am liebsten einen Pool an Bord und Kinos samt Spitzenrestaurants. Der Kreuzfahrttourismus verdoppelte sich innert Kürze und macht aktuell 1 Prozent im internationalen Schiffsverkehr aus. Kaum scheint das eine Rolle zu spielen, „Hauptsache Wachstum“.

Wachstum durch Konsum – ein krasser Widerspruch zur Ökologie. Für viele Länder macht überdies der Tourismus eine wichtige Einnahmequelle aus. Wir Europäer 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 sonst noch kommt nur ein bisschen Geld bei der Bevölkerung unserer

Reiseziele an?

Ganz einfach, alles soll günstig und für mehr Reisende effizienter und bequem zugänglich sein. Daher Reisedienstleistungen, die zunehmend 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, indem wir echte Empathie gewinnen.

Als Beispiel;

täglich trinken wir Kaffee, in 70 Ländern der Welt wird Kaffee angebaut, doch erhalten Kaffeebauern im Verhältnis dazu 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 begegnen und ihnen Reichtum gönnen, authentisch und auf respektvolle Augenhöhe, statt nur unsere Sicht als reiche, konsumorientierte Touristen 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.reise.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
/

Redigiert von; S. Keller

[E-Mail](#)

Pilsen, die böhmische Bierstadt

Bier zählt zu den beliebtesten Getränken, und eine Bierreise macht neugierig. Ideales Reiseziel verkörpert Pilsen, die Stadt ca. 100 km östlich von Prag. Die Stadt hat Touristen ordentlich was zu bieten. Als Hauptattraktionen die „Brauerei Pilsner Urquell“ und die zahlreich urigen Kneipen. Wie könnte eine solche Reise aussehen?

Wie wäre es mit einem Bierbad? Dies bezeichnet eine SPA Behandlung von 10 Minuten in einer Badewanne gefüllt mit vielerlei Inhaltsstoffen aus Bier, samt dem Gefühl in Bier zu baden und einer dementsprechend langanhaltenden Entspannung.

Nach diesem Bierbad können Sie ein leckeres böhmisches Essen genießen, welches prima zu wiederum Bier schmeckt. Doch besonders eindrucksvoll kommen die Bierproben an, welche etliche ländliche Kleinbrauereien bieten. In kleinen Gläsern werden abwechslungsreiche Biersorten gekostet.

Bier ist das beliebteste Getränk in Tschechien. Zahllose Einheimische ziehen abends in die Kneipen. Es gibt in Pilsen sogar Kneipen, die Bier selber brauen, Kneipen, die ungefiltertes Bier ausschenken, oder Kneipen, worin ihre Gäste ihr Bier selbst zapfen können.

Dennoch gehört die Brauereibesichtigung von „Pilsner Urquell“ unbedingt ins Programm. Ihre modernen Brauanlagen, die weitläufigen Keller und die Geschichte vom „Pilsner“ sollten jeder Bierliebhaber gesehen haben.

Exzellente lockt die Stadt Pilsen mit dutzenden von Sehenswürdigkeiten. Der Platz der Republik mit seiner grossen Kathedrale und mit dem zweithöchsten Kirchturm Europas errichtet, dominiert ihre Innenstadt. Der Engel, ein wunderschöner, moderner Brunnen fungiert als Treffpunkt.

Werfen Sie einen Blick in die modernen Wohnungen aus den 20er Jahren des bedeutenden Innenarchitekten Heinrich Loos. Sowie eine grosse Synagoge, etliche Museen und traumhaftschöne Parks wahren den Lebenswert in dieser Stadt.

Pilsen kann mit dem Zug via Nürnberg aus der Schweiz bequem erreicht werden. Eine Alternative ist der Flug nach Prag oder die Anreise mit dem Auto.

Weitere Infos;

Pilsen Tourismus, Martinska 2, CZ-30100 Pilsen

+420 378 037 965

www.visitpilzen.ch

zum Autor;

Stephan ZURFLUH

Brisigstrasse 24

CH-5400 Baden

Telefon +41 56 426 54 30

Mobil +41 79 320 57 91

Quelle

Wir haben an einer Pressereise teilgenommen und ein riesiges Bildarchiv. Pilsen haben wir auf mehreren Seiten beschrieben.

www.pils.reisen/pilsen

Reiselust auf Ferienmessen

Gleich drei Ferienmessen finden in der Schweiz im Januar/Februar 2019 statt. Die Messen beginnen gleich nach der grössten Publikumsreisemesse, der CMT in Stuttgart und folgen im Wochentakt aufeinander. St. Gallen macht den Anfang. Die Reisenden können sich Infos aus erster Hand holen. Ferienmessen inspirieren zu Reisen, die Finanzierung für Aussteller wird immer schwieriger, weil auf Messen weniger gebucht wird.

Folgende Ferienmessen finden ab 20. Januar 2018 in der Schweiz statt, die Leitmesse ist sicherlich die FESPO in Zürich.

FESPO

Gastland Mongolei

31.1.-2.2.19

Messe Zürich

www.fespo.ch

An dieser Messe befinden sich immer die meisten Aussteller, auch aus dem Ausland vertreten. Einen wesentlichen Schwerpunkt bilden Reisen für den Golfsport.

Grenzenlos St. Gallen

Gastland Kroatien

18.-20.1.19

Olma Messen St. Gallen

www.sg-grenzenlos.ch

Ferienmesse Bern

24.-27.1.19

BEA

www.ferienmesse.ch

Fremdenverkehrsbüros sehen am liebsten nur noch eine Messe in der Schweiz. Doch die Messen werden immer mehr von kleinen Reiseveranstaltern genutzt, die viel Zeit und Engagement für Kundenkontakte opfern.

Messen geraten durch das Internet unter Druck. Doch glauben wir, dass den Menschen etwas an Begegnung liegt. Irgendwie hegen die Veranstalter die Hoffnung, dass nach den schönen Messeerlebnissen auch bei einem Aussteller gebucht wird.

Quellen:

Frühere aktive Messebeteiligungen, heute Besuche von Messen mit Interviews.

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30
office@gfie.net

Wollen Schweizer nur reiche Gäste?

An den Schweizer Tourismussen 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.

Wir starren ohnmächtig auf die Entwicklung. Tourismus ist der grösste Klimakiller. Jedoch lassen wir deutsche Bürger lieber in die USA jetten oder begeben uns selbst dorthin.

„Schweiz Tourismus“ möchte ja das „normale“ Volk nicht mehr.

Die Schweiz könnte in nachhaltigen Nahtourismus investieren, stattdessen holen wir die Reichen der Welt zu uns. Was meinen Sie?

Quellen:

ein Besuch auf der „CMT“ und eine Entlassung von dem „Schweiz Tourismus“-Vertreter,

Herrn Krebs, weil er sich mit keiner meiner freundlichen Fragen konfrontieren mochte und mich 2018 vom Stand verwies. Hatte er lediglich einen schlechten Tag? Doch macht man wo etwas überhaupt, auch an einem schlechten Tag?

Viele Projekte zum Nahtourismus, z.B.;

www.schoko.reisen

www.kaese.reisen

www.salz.reisen

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30

office@gfie.net

Wie honorieren Aussteller deutsche Reiseblogs?

Stephan Zurfluh will es auf der ITB Berlin, der Leitmesse für Tourismus wissen. Wie werden deutsche Reiseblogs von den internationalen Ausstellern gefördert? Viele Menschen teilen Reiseerlebnisse im Internet. Nur wenige verdienen damit. Letztere sollen Erfolgszahlen liefern, Follower und Klicks. Wie wichtig sind dabei die Inhalte? Welche Marktstrategien verfolgen die Aussteller?

Stephan Zurfluh, Kleinreiseveranstalter rutschte in die Bloggerszene rein, welche sehr unterschiedlich ist. Er hatte zuvor einen Kurs bei Prof. Günter Faltn absolviert und zielte darauf ab neue Reiseziele zu entwickeln. Doch während der Ausbildung hatte er gemerkt, dass es sich lohnt Tourismus neu zu denken.

Zuerst waren es „Teereisen“ und vermehrt neue Projekte, wie z.B. „Nahreisen“ oder „die Nachbarschaftsökonomie“. Werbung bedeutet Investition, dafür fehlten aber die Mittel. Dafür hatte er ausgiebig Zeit, um Webseiten zu bauen.

Er lernte journalistisch zu denken, schnappte sich einfache Domainnamen und hat im letzten Jahr über 1200 Beiträge veröffentlicht, – verteilt auf 140 Webseiten. Im Gegensatz zu vielen Blogger nutzt er Facebook und Instagram noch nicht, er mag eigene Kontrolle über deren Inhalte. Oft reiste er in Europa umher, seine Beiträge bessern sich ständig. 1 Mio. Aufrufe wöchentlich, die aktuelle Zahl auf Google.

Zudem überarbeitet er stets die Strukturen und Verlinkungen und sieht für 2019 ein ambitioniertes Programm vor. Finanziell lohnte sich die Arbeit bisher nicht, lediglich das Einholen von Visa sichert seine Einnahmen. Weil vermehrt Länder Visafreiheit oder eVisa einführen, beginnt das Geschäft zu

leiden.

In seinen neuen Reiseangeboten fehlt die Marktdurchdringung, auf die versprochenen Reiseprogramme von der „ITB 2018“ wartet er noch heute. Die Messe wirkt auf ihn eher als Schaulaufen, „man trifft sich, es bedarf eines langen Atems für neue Ideen.“

Auf der „ITB 2019“ gedenkt er die Bereitschaft der Aussteller testen: „Wie äussert sich dort die Meinung zu seinen Artikeln, zu den Projektideen, zum zukünftigen Buchungsverhalten der Kunden?“

Wie behält die Reisebranche das riesige Engagement bei, welches von den Reisenden nicht vergütet werden kann? Zahlreiche würden gerne eine Kleinigkeit dafür spenden. Das verhindern Zahlungsanbieter wie PayPal. Aber das mit PayPal und Co. ist eine andere Geschichte, jedenfalls ist die Reisebranche gefordert.

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24,
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30
office@gfie.net

Quellen:

Eigene Arbeiten und Eindrücke
Gespräche auf Messen

Der Sponsoringaufruf ist beschrieben auf
www.reisen.haus/sponsoring

Eine Finanzierungskonzept der Themenreisen auf
www.themen.reisen/finanzierung

Copyright frei, Honorar gerne nach Absprache.

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/