



Logistur

ANALYSE DES TOURISMUS POST COVID-19

HERAUSFORDERUNGEN UND MÖGLICHKEITEN

Die durch COVID-19 verursachte Krise forderte die Welt heraus. Die Coronavirus-Pandemie kam explosionsartig wie ein Meteor und änderte Aspekte des modernen Lebens. Im Tourismus waren die Auswirkungen nicht anders und um zu überstehen muss man wissen, wie man sich an das neue Momentum anpasst und Chancen identifiziert.

Wir bei Logistur sind uns der Überflutung vorhandener Informationen bewusst und haben aus diesem Grund diesen Guide entwickelt, um unseren Partnern zu helfen sich auf das Wichtigste zu konzentrieren.

Zusammenfassung der wichtigsten Aktionen, die Ihr Unternehmen berücksichtigen sollte:

- **Markttrends verstehen und schnell handeln:** Es ist sehr wichtig ein Netzwerk lokaler Anbieter zu haben, die Flexibilität, Unterstützung und Sicherheit bieten.
- **Diversifizieren Sie Ihr Portfolio:** Erweitern Sie Ihr Angebot auf neue Produkte, Reisetile und Destinationen. Auf diese Weise erhöhen Sie Ihre Chance auf eine erfolgreiche Positionierung im Markt.
- **Wettbewerbsfähige Preise und Sonderaktionen:** Versuchen Sie, direkt mit den Anbietern und ohne Zwischenhändler zu arbeiten. Dadurch erhalten Sie bessere Angebote und Konditionen.
- **Verbesserung der digitalen Ressourcen:** Arbeiten Sie mit Unternehmen (beispielsweise Incoming-Agenturen) zusammen, die über Online-Plattformen arbeiten. Das spart Zeit und sorgt für Effizienz.
- **Wahl von Projekten mit sozialer Wirkung:** Wählen Sie Produkte bzw. Dienstleistungen, die lokalen Gemeinschaften helfen und diese unterstützen.
- **Sicherstellung von Hygiene und Sicherheit:** Arbeiten Sie mit Anbietern zusammen, welche die Gewährleistung von Hygiene- und Sicherheitsprotokollen bei allen Aktivitäten versichern und prüfen können.
- **Vermeidung von Sprachbarrieren:** Arbeiten Sie mit lokalen Unternehmen zusammen, die die Sprache der Destination sowie die Sprache Ihrer Kunden sprechen. Dadurch ist Ihre Kommunikation direkt, effizient und ohne Missverständnisse.

Was erwartet der post Covid-19 Tourist?

Wertschätzung von Erfahrungen

- Dies wird eine Gelegenheit sein, sich in Richtung Erlebnis-Tourismus zu bewegen. Touristen werden sich mehr Zeit zum Lernen und Verstehen nehmen und möchten weg von den hektischen Ausflügen vergangener Zeiten. Reiserouten werden kreativer und an die neuen Anforderungen der sozialen Distanzierung angepasst, wodurch sie von den Reisenden mit mehr Vertrauen akzeptiert werden.
- Momente und tiefgehende Erfahrungen, die soziale und nachhaltige Auswirkungen haben, werden mehr wertgeschätzt.
- Mehr Interesse an Spezialreisen oder thematischen Reisen.

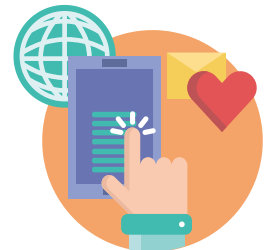


Hygiene an oberster Stelle

- Globale Anforderungen an formale Hygienestandards und Hygienezertifikate auf alle Ebenen des Sektors: Dienstleistungen, Produkte, Erfahrungen (Gestaltung von Serviceleistungen und Kommunikation). Eine Sicherstellung der Hygiene und entsprechende Protokolle werden demnach künftig gefordert werden.
- Hygienestandards werden der wichtigste Faktor in der Welt nach der Pandemie sein. In Online-Umfragen, wie zum Beispiel: "Hotels mit Covid-19-Sicherheitsprotokoll in Ziel X", wird dies ebenfalls bewertet werden. Daher müssen Betreiber, Hotels und Unternehmen in Übereinstimmung mit diesen Schlüsselwörtern handeln, um in den Bewertungen oben zu erscheinen.

Technologie mehr als je zuvor

- Technologie wird einer der Protagonisten in dieser neuen Nachfrage sein, von der Reiseplanung bis zur Durchführung. Digitale Beschleunigung, mehr Informationen und virtuelle Ressourcen werden erforderlich sein.
- Erwartet werden Zahlungen, Anmeldungen, Einchecken/Kasse über kontaktlosen Plattformen.
- Mehr Offenheit, Anpassung und Komfort in Bezug auf digitale Unterstützung und qualitativ hochwertiger Service wird erwartet. Technologie wird einer der Protagonisten sein. Beginnend mit der Planung der Reise, ihrer Entwicklung und Maßnahmen, alles sollte mit einer größeren Anzahl digitaler Plattformen verbunden sein.



Neue Formen menschlicher Beziehung

● Soziale Distanzierung - eine neue Realität

- Nachfrage nach kleinen Gruppen und Reisen mit Privatfahrzeugen und -transport werden vermehrt angefordert, um öffentliche Verkehrsmittel zu vermeiden.
- Reisen mit weniger Flügen und Verbindungen, längerer Aufenthalt mit mehreren Tagen an einem Ort.
- Erwartung, dass Destinationen und Anbieter Maßnahmen zur Vermeidung von Menschenmassen ergreifen, wie flexible Zeitpläne, angepasste Öffnungszeiten von öffentlichen Orten und Sehenswürdigkeiten oder Variationen in den Abfahrtszeiten der Touren. Voraussichtliche Nachfrage nach virtuellen Guides.
- Suche nach isolierteren Erlebnissen außerhalb großer Menschenmengen. Voraussichtlicher Anstieg der Nachfrage nach Reisen in den Nebensaisonen.
- Bedarf an geschulten lokalen Führern, um Vertrauen zu gewährleisten und neue Aktivitäten und Ausflügen zu entwickeln.



● Wert erzeugen

- Erzeugen Sie durch spezielle und sichere Reiserouten Erlebnisse, die emotionales Wohlbefinden, Selbstverbesserung, Wissen, Nutzen, persönliche Herausforderungen und Verbindung zur Natur fördern.
- Anerkennung des sozialen Wertes des Tourismus etwa durch Unterstützung von Gemeinschaften, Einbeziehung aller sozialen Klassen und Generierung von Vorteilen für verwundbare Gruppen.
- Bei der Wiederaufnahme des Tourismus ist die Wirtschaftskrise eine extra Herausforderung. Es wird mehr Angebote und Kapazitäten geben als Nachfrage vorhanden ist. Daher muss ein Anreiz durch Angebote, die den Touristen anziehen, geschaffen und kommuniziert werden. Der Wert des Produkts sollte jetzt im Mittelpunkt stehen, nicht der Preis.
- Kurz- bis langfristige nachhaltige Maßnahmen kennen und aktualisieren, für einen wirklich dauerhaften Mehrwert.



REISEN. Eine Möglichkeit für
die Welt, sich zu **VERBINDEN**.
Mit **VERTRAUEN**,
SICHERHEIT
+ **NEUEN STANDARDS**



Wir haben die **GELEGENHEIT**
der **NEUERFINDUNG**,
zum **ANDERS-DENKEN** und
KREATIV sein.
Was ist Ihre **AKTION**?



Wo beginnen wir?

- **PRODUKTANALYSE** und mögliche Anpassungen der bestehenden und geplanten Routen.
- **REISEZIELE UND CHANCEN ENTDECKEN.** Dezentralisierung des Tourismus, Vielfalt der Programme, lokale Märkte, Identifizierung und Gewinnung **NEUER KUNDEN**.
- **UNABHÄNGIGE** und selbstbestimmte Erfahrungen und Reisen, die vom Unternehmen strukturiert und entwickelt werden. Programme mit Technologieunterstützung (Beispielsweise Apps oder online Reiseführer ausgelegt als Self-Guides).
- **ÜBERPRÜFUNG** und gegebenenfalls Änderungen von bereits verkauften Programmen.
- Sorgfältige Planung von Angeboten und **PROMOTIONEN** zur Förderung von Reisezielen, besonders sozial schwächere Destinationen, die durch die Pause des Tourismus große Einbußen erlitten (neue Reiserouten und Produkte).
- Informationen zu Öffnungs- und Aktualisierungsmaßnahmen von ausgelagerten Dienstleistern verfolgen (Beispielsweise Hotels, Reiseleiter, Transportunternehmen etc).
- Nehmen Sie die erforderlichen **BETRIEBSANPASSUNGEN** (Beispielsweise Hygienemaßnahmen) vor und erarbeiten Sie offizielle Protokolle für Betreiber und Kunden. Technologie- und Reinigungslösungen sowie physische Barrieren und visuelle Richtlinien zur Distanzierung.
- Aktualisierung der **ALLGEMEINEN GESCHÄFTSBEDINGUNGEN** nach Möglichkeit, angepasst an Änderungs- und Stornierungsbedürfnisse.
- **PROAKTIVE KOMMUNIKATION.** Aufrechterhaltung einer offenen und ständigen Kommunikation zwischen Kunden und Partnern ist wichtig, um Herausforderungen und Anpassungen mitzuteilen und neue Produkte und Reiseziele zu implementieren. Dadurch werden die Beziehungen gestärkt und zukünftige Touristen besser vorbereitet.



Empfehlungen

- Förderung der Entwicklung neuer, insbesondere **digitaler Fähigkeiten**. Mehr als 150 internationale Universitäten bieten kostenlose Kurse für verschiedene Branchen und Kenntnisse an.
- Investieren Sie Zeit in die Gestaltung und Erneuerung Ihres Produktportfolios mit Ihrem lokalen Spezialisten.
- Nutzen Sie [unsere Zielgebietsschulungen](#) und befolgen Sie die in den Reiserouten implementierten Maßnahmen, um mit Zuversicht und Sicherheit zu verkaufen.
- Befolgen Sie die von der Welttourismusorganisation vorgeschlagenen Lösungen wie neue Anwendungen, Systeme, Geräte und Plattformen für den Tourismus. Das ist ein sehr wichtiger Punkt und hauptsächlich technologische Innovationen werden von entscheidender Bedeutung im neuen Zeitalter sein.
[World Tourism Organization - COVID-19](#)

Ist Ihre Agentur bereit sich den nächsten Herausforderungen zu stellen?

Nutzen Sie die Gelegenheit, um unverbindlich [einen Logistur-Spezialisten zu kontaktieren](#).

Wir können Ihnen helfen, ein personalisiertes Portfolio zu erstellen und den Verkauf von mehreren Reisezielen in ganz Südamerika zu organisieren.



HANDELN Sie **JETZT!**
Zusammen sind wir stärker!



Nützliche Links und Quellen

[UNWTO- World Tourism Organization,
Richtlinien, Statistiken, Webinars](#)

[OCDE Tackling coronavirus \(COVID-19\)](#)

[UNWTO Tourism Academy](#)

[ATTA GUIDE FOR THE ADVENTURE TRAVEL INDUSTRY](#)

[Tourismusministerium Argentino](#)

[IATA - Coronavirus & Travelers Faqs and links](#)

[Online-Präventionskurs der UNWTO:](#)

[Tourismusministerium Peru, Zertifizierungen und Richtlinien](#)

[Tourismusministerium- Brasilien](#)

[Senatur Chile, Zertifizierungen und Richtlinien](#)

[UNWTO Top Solutions Healing for:
People, Destinations and Prosperity](#)



Kontakt



info@logistur.travel



Whatsapp +56 9 3388 0095



Telefon: + 56 2 2697 1429

Logistur plant, implementiert und führt Reisen zu verschiedenen Zielen in ganz Südamerika durch, entsprechend den speziellen Anforderungen jeder unserer Partneragenturen.

Wir verfügen über ein Expertenteam und die notwendige Technologie, um die operative Arbeit Ihrer Agentur zu vereinfachen. Geben Sie alles in unsere Hände, dadurch konzentrieren Sie sich auf das Wichtigste: die Zufriedenheit Ihrer Kunden und Ihren Umsatz.

www.logistur.travel