

Kongresstag, 29.4., von 12.00 bis 12.30 Uhr, einen zusätzlichen Vortrag von und mit Dr. Gert R. Polli. „Dr. Polli gründete und leitete u.a. das Bundesamt für Verfassungsschutz und Terrorbekämpfung. Mit ihm konnten wir einen hochkarätigen Vortragenden und Experten gewinnen“, freut sich Dr. Walter Säckl, Generalsekretär des ÖRV.

### **Digitale Strategie – gibt es die?**

Das Wort „digital“ des Kongress-Leitthemas „Schöne neue (digitale) Welt“ in Klammer zu

setzen, ist vielleicht gar nicht so falsch. Eine aktuelle Bitkom-Studie, bei der mehr als 550 Geschäftsführer und Vorstände von Unternehmen ab 20 Mitarbeiter aus den verschiedensten Branchen, so auch aus der Touristik, zur Digitalisierung ihrer Branchen befragt wurden, misst gerade der touristischen (noch) keine große Bedeutung bei. Zwar sieht auch die Mehrheit der Befragten in dieser (ihrer) Zunft eine große Chance, was fehlt, sind eine klare Strategie und Experten im IT-Bereich. 57 % der Befragten gaben an, zwar über ein-

zelne strategische digitale Maßnahmen zu verfügen, 35 % haben aber überhaupt noch keine digitale „Idee“. Warum das so ist, und ob man die Augen nicht einfach vor der Realität verschließt, ist unbeantwortet. Dabei wird die Digitalisierung – auch in der Touristik – mehrheitlich als Jobmotor angesehen. „Die Mehrheit der Befragten geht davon aus, dass die Beschäftigung der Digitalisierung stabil bleibt oder sogar zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden“, betont Bitkom-Geschäftsführer Bernhard Rohleder auf [fwv.online](http://fwv.online).

## Der Mensch in der digitalen Welt



Prof. Dr. Martin Korte

Der wichtigste Faktor – und das ist die gute Nachricht – ist und bleibt auch im digitalen Zeitalter der Mensch. Aber wie spielt sein Gehirn mit und was stellen der rasche Wandel und die Fülle an Informationen mit seiner „Festplatte“ an? Wie viel kann er tatsächlich aufnehmen, behalten, umsetzen

und kann er dabei noch ein „normaler“ Mensch bleiben? Der traveller stellte dazu Prof. Dr. Martin Korte, Professor für zelluläre Neurobiologie, zu seinem Kongress-Vortrag „Die digitale Welt und unser Gehirn“, ein paar weiterführende Fragen.

### **traveller: Wie passen die digitale Welt und das menschliche Gehirn zusammen?**

**Prof. Dr. Martin Korte:** Unsere Gehirne sind kulturell anpassungsfähig und die Lernfähigkeit des Menschen wird uns ermöglichen, technisch neue Geräte zu bedienen.

### **Wieviel Platz bleibt im digitalen Zeitalter dem Gehirn noch für analoge Wahrnehmungen?**

Das Gehirn unterscheidet nicht zwischen digitalen und analogen Tätigkeiten, aber wir

müssen uns fragen, ob unsere Kinder noch genügend von und mit anderen Kindern spielen und lernen, denn die emotionale Intelligenz von Kindern wird nur geschult, wenn dies auch mit anderen Menschen trainiert wird.

### **Welchen Stellenwert nimmt das menschliche Gehirn im immer technischer werdenden Zeitalter ein – braucht man es überhaupt noch bzw. wie groß ist die Gefahr des Verkümmerns?**

Gehirne haben Emotionen, können Wertigkeiten feststellen und damit die Richtung des Forschens, Denkens und Handels übernehmen. Dies wird auch in Zukunft notwendig sein, ebenso wie die Fähigkeit, Neues zu schaffen und kreativ zu sein.

## ! Information

*Prof. Dr. Martin Korte erforscht die zellulären Grundlagen von Lernen und Gedächtnis, ebenso wie die Vorgänge des Vergessens. Er ist einer der meistzitierten deutschen zellulären Neurobiologen, Buchautor und Fachgutachter der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG)*

*und der EU (research council). Zudem ist Korte Mitglied des exklusiven EDAB, die sich für die öffentliche Vermittlung der Neurowissenschaften in Europa einsetzt und der mehrere Nobelpreisträger angehören.*  
[www.dasgehirn.info](http://www.dasgehirn.info)

## Digitale Servicekultur, was ist das?



Sabine Hübner

Benimmregeln fürs digitale Geschäft, gibt es die überhaupt bzw. sind sie notwendig? Ja, es gibt sie und sie sind notwendig. Sabine Hübner ist hierfür eine ausgewiesene Spezialistin und wird in ihrem Kongress-Vortrag „Servicekultur im digitalen Zeitalter“ aufzeigen, worauf man achten muss und worauf es ankommt. Der traveller durfte bereits vorab mit der (laut Pro7) „Serviceexpertin Nr. 1“ ein kurzes Interview führen.

### **traveller: Servicekultur im digitalen Zeitalter – gibt es gravierende Unterschiede zur analogen Welt und wie soll die digitale Servicekultur aussehen?**

**Sabine Hübner:** Der Kunde von heute ist so autonom, so informiert, so kritisch und so wählerisch wie nie zuvor. Für Unternehmen wird jeder Kundenkontaktpunkt zur Prüfung.

Stimmt der Service nicht, ist der Kunde weg oder tut seinen Unmut öffentlich kund. Wir leben in einer Welt, in der das Produktangebot transparenter und gleichzeitig immer unübersichtlicher wird. Die digitale Welt dringt in die materielle Welt ein, und die Grenze zwischen Produkt und Service löst sich auf. Herausragender Service ist zum wichtigsten Instrument der Differenzierung geworden. Er schafft die Verbindung zwischen Produkt und Kunde und macht den echten Unterschied. Marketing mit der Gießkanne funktioniert nicht mehr. Menschen haben ein tiefes Bedürfnis wahrgenommen zu werden. Den Wunsch, sich gesehen, gehört und verstanden zu fühlen.

### **Wie beurteilen Sie generell die Servicekultur im schnelllebigen digitalen Zeitalter, in dem oft ein Grüß Gott oder Danke keine Selbstverständlichkeit mehr sind?**

Im digitalen Zeitalter wird der Anspruch der Kunden an die persönliche Begegnungsqualität nicht sinken, sondern steigen. Dafür brauchen Unternehmen empathische Mitarbeiter. Empathie in Verbindung mit Freundlichkeit hat eine umwerfende Wirkung. Sie schafft magische Momente und ist der beste Weg, um Vertrauen zu schaffen und Geschäfte zu machen. Mit Freundlichkeit drücken wir Verbindlichkeit und Wohlwollen aus, erreichen Menschen und eröffnen uns die Möglichkeit, selbst auf die schwierigste Situation positiven Einfluss zu nehmen. Und nur mit Empathie sind wir in der Lage, die Sichtweise des anderen zu verstehen und das genau richtige Produkt samt Service aus dem Köcher zu ziehen. Für die maximale Begegnungsqualität in diesem Moment und die beste Lösung. Und die gute Nachricht ist: Empathie lässt sich lernen!

**Brauchen Unternehmen bzw. die Mitarbeiter hierfür Coachings?**

Auch bei den TOP-Service-Performern sind die Mitarbeiter nicht mit dem „Kundenbegeisterungs-Gen“ zur Welt gekommen. Hinter solch einem Spirit stecken Liebe zum Detail, Beharrlichkeit und System. Exzellente Unternehmen adressieren die dafür relevanten Themen mindestens einmal die Woche und sehr motivierend bei ihren Mitarbeitern. So selbstverständlich wie Zähneputzen. Diese Konsequenz in Verbindung mit Freude am Besserwerden ver-

ändern die innere Einstellung und die Haltung. Wir haben mit unserem Unternehmen RichtigRichtig.com das einzigartige Bildungskonzept welearning entwickelt. welearning arbeitet nach dem Prinzip „Mitarbeiter schulen Mitarbeiter“. Unternehmen entwickeln ihre Mitarbeiter intern zu genau diesen Profis mit Herz und Verstand – damit jeder Kunde immer die richtige Antwort bekommt. Nur exzellent ausgebildete und entwickelte Mitarbeiter finden immer die richtige Tonlage und Intensität der Ansprache. Denn am Ende geht es nie nur um das „WAS“, aber es geht immer um das „WIE“.

**! Information**

*Sabine Hübner, gebürtige Österreicherin, ist erfolgreiche Unternehmerin, geschäftsführende Gesellschafterin von RichtigRichtig.com,*

*Keynote-Speakerin und mehrfache Buchautorin. [www.sabinehuebner.de](http://www.sabinehuebner.de) [www.welearning.com](http://www.welearning.com)*

**Online Markt im Zahlenspiel**

2015 unternahmen rund 77 % der deutschen Bevölkerung mindestens eine Urlaubsreise von fünf Tagen oder länger. Knapp 23 % aller Urlaubsreisen werden von Menschen unternommen, die öfter als einmal im Jahr auf Urlaub fahren. 64 % der deutschen Urlauber fahren regelmäßig auf Urlaub, lediglich 12 % unternahmen in den letzten drei Jahren keine Urlaubsreise. Rund 13 Tage beträgt die Dauer des jährlichen Haupturlaubes – sie liegt damit seit 2008 mehr oder weniger auf stabilem Niveau, bei zusätzlichen Urlaubsreisen hat sich die Kurve seit Ende der 1990er Jahre mit rund neun Aufenthaltstagen kaum verändert. Rund 70 % der deutschen Urlauber verbringen ihren Haupturlaub im Ausland, während von Mitte

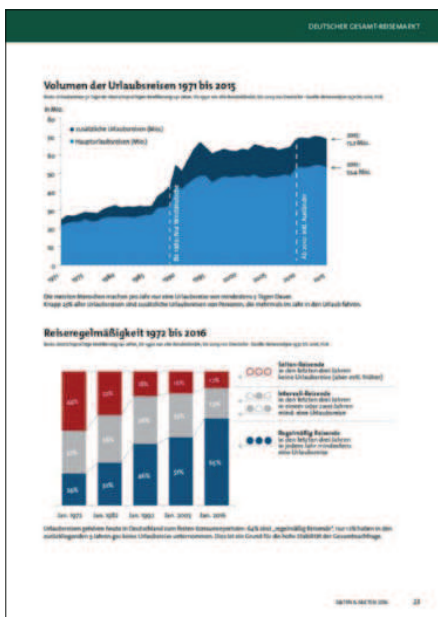
**„Digitalisierung ist ein Jobmotor“**

der 1950er bis 1980er Jahre diese Kurve stetig nach oben zeigte, ist dieser Wert seit den 1990er Jahren nahezu unverändert. Ein nachhaltiges Wachstum ist seither also nicht mehr erkennbar. Bei der Wahl der Urlaubsregionen liegen Ziele im europäischen Mittelmeer seit 1995 deutlich und stabil im Trend, das außereuropäische Mittelmeer (hier fällt beispielsweise die Türkei hinein) liegt mit zehn Prozent Anteil seit 2005 auf einem gleichbleibenden Niveau. 2016 wird sich diese Statistik mit hoher Wahrscheinlichkeit auf Grund der bekannten Probleme (Terrorgefahr, Polit- und Flüchtlingskrise) wohl weiter zu Gunsten der Zielgebiete im westlichen europäischen Mittelmeer verschieben. Deutschland selbst liegt bei den deutschen Urlaubern mit 29 % (Wert aus 2015) eben-

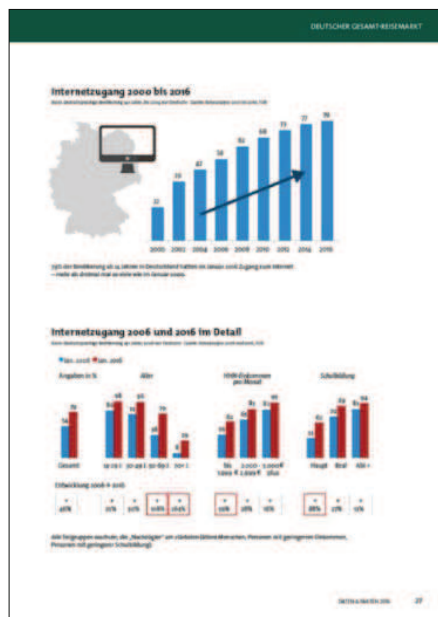
falls seit 2005 (30 %) unverändert hoch im Kurs.

**Informieren & organisieren**

Wenn es ums Organisieren der Urlaubsreise geht, bestätigt die vir-Studie den allgemeinen Trend: Die Pauschalreise ist, auch wenn die Zahl im Vergleich zu 2005 rückläufig ist (70 %), noch immer die bevorzugte Urlaubsform, die weiterhin mehrheitlich (68 %) im Reisebüro gebucht wird. Bei Einzelleistungen, vor allem was Unterkünfte betrifft, ist jedoch die Veränderung im Buchungs- und Kaufverhalten des Konsumenten sichtbar. Mit 47 % der gebuchten Unterkunftsleistungen in 2015 gegenüber 19 % im Reisebüro, dominiert hier ganz klar das Online-Geschäft. Und auch bei den Transportleistungen (Tickets) haben die Online-Portale mit 32 % gegenüber 13 % in den Reisebü-



© VIR



© VIR



© VIR