

# VIELFALT

*Schon in den vergangenen Ausgaben haben wir immer mal wieder die offenkundigen wirtschaftlichen Entwicklungen in Irland angesprochen. Hier geht es dieses Mal um den Tourismus selbst. Welche Veränderungen wirken sich für Urlauber aus?*

Das einzig beständige ist der Wandel. Diese Wahrheit gehört zu den wenigen unumstößlichen Grundgesetzen der Natur und des Lebens. Damit betrifft das natürlich auch wirtschaftliche Entwicklungen und – je nach Perspektive und dem betrachteten Ausschnitt aus dem Gesamtgefüge – auch den Tourismus. Während wir hier in Deutschland nach aktuellen Aussagen überraschender Weise bis zu 3,5 Prozent Wirtschaftswachstum erwarten können, stellt sich die Situation zum Thema „Reisen nach Irland“ sehr viel differenzierter dar.

Was Irland-Reisende auf „ihrer“ Grünen Insel erwarten, hat jüngst der Reisebuchverlag „Lonely Planet“ in einer großen Umfrage herausgefunden. An erster Stelle stehen die Pubs. Je ursprünglicher und traditioneller, desto besser. Die in der jüngeren Vergangenheit aufgekommenen Sportsbars und die Kombinationen von edlem Restaurant mit unterkühlter Klimaanlageatmosphäre und unbequemen Kunstledersesseln sind nicht das, was man als Reisender erwartet. Dublin als Metropole folgt an zweiter Stelle, danach die traditionelle Musik. Was dann kommt, ist praktisch eine Liste der wichtigsten Sehenswürdigkeiten und beliebtesten Landschaften. Connemara, Glendalough, Clonmacnoise und Newgrange im Boyne Valley. Dazwischen an sechster Stelle der Golfplatz, irgendwann auch der Rock of Cashel, Kilkenny Ardmore und zum Schluss die ausgiebige irische Mahlzeit.

Nach wie vor kämpft Irland mit dem Mythos, es würde ständig regnen und das Wetter wäre grottenschlecht. Angesichts der Myriaden von Urlaubsfotos und Videos mit blauem Himmel und fantastischer Fernsicht fragt man sich allerdings, auf welcher Insel diese Aufnahmen denn dann wohl gemacht worden sind. Wie kommt es, das am Silver Strand direkt am Atlantik im Jahresmittel immer noch weit über 100 Tage völlig ohne einen Regentropfen auskommen? Aber wie es so ist mit Klischees: „In Irland regnet es ständig“. Und gerade die Leute, die nicht weiter darüber nachdenken, befeuern diese Vorurteile ständig neu. Nebenbei: natürlich regnet es auch in Irland. Hamburg allerdings hat statistisch mehr Regentage als Dublin... Und das Wetter ist nicht mit der Schinkenstraße auf Mallorca zu vergleichen. Da will aber auch kaum keiner der Irland-

affinen Besucher hin. Es ist also nach wie vor eine Frage der persönlichen Erwartung, wie man bestimmte Sachverhalte bewertet.

Selbstverständlich bleibt die Krise in Irland nicht ohne Wirkung. Gerade im Angebot der Reisebranche zeigt sich eine Flexibilität, die man in vorherigen Boom-Jahren nicht für möglich gehalten hätte. Doch wie es in Irland üblich ist: es gibt keine eine allgemein gültige Aussage. Es bleibt bei Vielfalt und Differenzierung. Wir haben mit verschiedenen Anbietern über ihre gesprochen. Dazu gehören Highländer-Reisen, die als Reiseveranstalter vor allem im Südwesten und Westen mit ausgereiften Touren und Aktivreisen punkten und vielfach auch die Reiseangebote großer Touristikkonzerne in der Praxis umsetzen. Außerdem haben wir Skellig-Reisen befragt, die sich als kleiner Reisemittler vor allem gegen große Veranstalter und das Internet durchsetzen müssen. Und schließlich hat uns die touristische Vertretung Irlands in Frankfurt Rede und Antwort gestanden. Immer unter dem Blickwinkel der deutschen Kundschaft.

Zunächst galt es, die Veränderungen der vergangenen Jahre zu beleuchten. Gab es überhaupt objektiv erkennbare Veränderungen? Gibt es Trends in den Buchungen? Ändert sich das Verhalten der Reisenden angesichts der Veränderungen? Worauf legen Irland-Reisende eigentlich wirklich Wert? Und schließlich: wie reagieren die Anbieter auf das veränderte Kundenverhalten? Die Gespräche waren spannend und untermauerten unsere Einschätzung, das Pauschalbetrachtungen in Irland keine Chance haben.

Peter Skudelný von Highländer-Reisen sieht einen Rückgang des Individualtourismus, eine steigende Nachfrage im Aktivreise-Bereich und sinkende Buchungszahlen bei klassischen Busreisen. Die berühmte Aschewolke Anfang des Jahres hat ihre Spuren hinterlassen, obwohl die Attraktivität der Destination Irland durch einen massiven Preisrückgang steigt. Für Judi und Wolfgang Ertinger, die als Skellig-Reisen Individualreisende betreuen, sehen die größte Veränderung im Kundenverhalten durch das Internet. Viele Angebote werden dort für Endkunden und Selbstbucher angeboten und gleichzeitig durch Reisemittler

verkauft. Dazu kommen die preislichen Zugeständnisse durch das Überangebot von Kapazitäten. Und schließlich unterliegen auch die Urlauber eigenen Sparzwängen. So gibt es vermehrt Kurzurlaube von einer Woche oder zehn bis 14 Tagen. Allerdings suchen Erstkunden eine umfassende Beratung.

Kirsten Donnerstag von Tourism Ireland in Frankfurt hat einen etwas übergeordneten Blick. Sie registriert eine positive Veränderung des Preisgefüges und eine Angleichung an das europäische Niveau. Es gilt, genau zu schauen und zu suchen, denn das Angebot bleibt vielfältig und der Markt ist eher undurchsichtig. Und da sich die Qualität insgesamt wesentlich verbessert hat, ergibt sich nun ein ordentliches Preis-Leistungsverhältnis. Ähnlich sieht es Peter Skudelny: „der aggressive Preiskampf reguliert den Markt. Ich schätze, dass sich die Preise im Hotelbereich in den nächsten drei Jahren auf einem niedrigeren Niveau einpegeln werden und das momentane Überangebot an Hotelbetten zurückgehen wird.“

Judi Ertinger erinnert sich an die früheren B&Bs. „Das waren die Zimmer der ausquartierten Kinder.“ Heute sind viele der Angebote auf Hotelniveau. Allerdings ging in den vergangenen Jahren das Angebot zurück, denn die Nachwuchsgeneration wollte ihr Geld anders verdienen. Vielleicht ändert sich das in der nächsten Zeit wieder. Bei den Hotels beobachtet sie vermehrt Paketpreise zu Sonderkonditionen mit kostenlosen Zusatzerlebnissen. Der Preisdruck entsteht nicht zuletzt dadurch, dass auch die Geschäftskunden mit ihren Konferenzen wegbleiben. In Ferienhäuser wurde in den vergangenen Jahren stark investiert. Allerdings besteht derzeit ebenfalls ein Überangebot. Für Tourism Ireland ist wichtig: Es ist für jeden Geldbeutel etwas vorhanden. Und man geht mit der Zeit. So gibt es derzeit schon die Möglichkeit Veranstaltungen per E-Ticket zu buchen. Das erspart Wartezeiten an der Kasse.

Auch das Informations- und Buchungsverhalten der Urlauber hat sich verändert. Durch die sinkende Preisstruktur wird laut Skudelny Irland vermehrt für jüngere Leute interessant. Er beobachtet einen sinkenden Altersdurchschnitt bei den Aktivreisen von Highländer.

Skellig-Reisen sieht, dass die Kunden grundsätzlich gut vorbereitet und informiert sind, oft klare Vorstellungen haben. Jüngere Leute buchen meist ohne Vermittler direkt im Internet oder bei dem jeweiligen Veranstalter. Die älteren Semester sind noch bereit, gute Reisevorschläge und Vorbereitung zu honorieren. Sonderpreise für Kunden sind durch die ohnehin tiefen Preise kaum mehr möglich. Gute

Reisevermittler können daher vor allem über eine herausragende Beratung punkten.

Tourism Ireland liegt eine Untersuchung vor, die den Planungs- und Entscheidungsfluss der Urlauber analysierte. Wenn es um die Planung geht, steht das Internet an erster Stelle. Dann folgen Reiseführer und an dritter Stelle die Empfehlung von Freunden. Bei der eigentlichen Entscheidung jedoch sieht es anders aus: 1. Empfehlung durch Freunde, 2. Internet und 3. die Reiseführer. Der Flugverkehr hat zugenommen und macht rund 82 Prozent der Anreisen aus. Über den Landweg mit der Fähre kommen 18 Prozent der Urlauber.

Was die Vorlieben der Urlauber angeht gibt es zwei große Bereiche. Einerseits der Spaß an der Bewegung in freier Natur in kleinen Gruppen und der Kontakt zu neuen Menschen. Dann die klassischen Aspekte der Kultur, Historie, die Gärten und die Pubkultur. Bei den Topregionen hat sich kaum etwas verändert, allerdings gewinnt Nordirland an Interesse.

Insgesamt arbeitet Highländer Reisen daran, die Aktivitäten auch in touristisch nicht so erschlossenen Gegenden und abseits des Gewöhnlichen zu entwickeln. Skellig Reisen setzt auf die intensive Betreuung der Gäste, ist vor Ort erreichbar und vermittelt persönliche Erfahrungen und Erlebnisse. Irland selbst arbeitet weiter an dem perfekten Mix von Natur, Ursprünglichkeit, Kultur und Komfort/Infrastruktur. So wird sich jeder Urlauber in der enormen Vielfalt wohl fühlen und wieder kommen wollen. Denn das ist eine Erfahrung, die alle Anbieter machen: Wer rundum zufrieden war, kommt wieder.

Wer sich für die Interviewpartner interessiert – hier sind die Internetadressen und Telefonnummern:

[www.highlaender-reisen.de](http://www.highlaender-reisen.de), Telefon: 0221/7609970

[www.skelligreisen.de](http://www.skelligreisen.de), Telefon: 0711/7194410

[www.entdeckeirland.de](http://www.entdeckeirland.de), Telefon: 069/66800950

