

Coronakrise beschleunigt Wandel im Tourismus: Zukunftstrends werden wichtiger



Symbolbild: © zuzana caprnkova/Shutterstock.com
(lizensiert über Thomas Schäuble, INSTITUTE OF BRAND
LOGIC GmbH, zur freien redaktionellen Verwendung)

Credit: zuzana caprnkova/Shutterstock.com
Fotograf: Zuzana Caprnkova

Utl.: Die Tourismusbranche erwartet langfristige Auswirkungen der Coronakrise - das zeigt eine Studie des Institute of Brand Logic. =

Innsbruck (OTS) - „Für Destinationen und Betriebe stellt die Coronakrise eine wirtschaftliche Bedrohung dar“, sagt Markus Webhofer, Gründer und CEO des Institute of Brand Logic. „Wie groß diese Herausforderung ausfällt, hängt von der Dauer der Krise sowie der Intensität der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie ab.“ Vor diesem Hintergrund erwarten 56 Prozent der befragten Tourismusentscheider eine Kombination aus langer Dauer und mäßigen Maßnahmen als wahrscheinlichstes Szenario.

Zwtl.: Die Reise geht in Richtung Zukunftstrends

Die meisten Befragten sehen in der Krise auch einen Katalysator für zentrale Zukunftstrends wie Wellness, Sicherheit, Naturerlebnis, Regionalität und Nachhaltigkeit: „Drastische Einschnitte wie die Coronakrise beschleunigen häufig bereits bestehende Entwicklungen“, sagt Webhofer. „Für Tourismusunternehmen und Destinationen wird ihr zukünftiger Erfolg davon abhängen, ob es ihnen gelingt, eine Antwort auf diese Zukunftstrends zu finden.“

Zwtl.: Gästeverhalten als Unsicherheitsfaktor

Neben den Trends ist für den künftigen Erfolg auch entscheidend, ob und wie sich das Verhalten und die Entscheidungen der Gäste durch

die Coronakrise langfristig verändern. Hier herrscht unter den befragten Tourismusexperten bisher nur in einem Punkt weitgehend Einigkeit: 77 Prozent erwarten ein erhöhtes Hygienebewusstsein beim Gast.

Wie sollten Tourismusdestinationen und Unternehmen nun auf die Herausforderungen reagieren? Kurzfristig sehen die Befragten fast einstimmig einen engeren Austausch und Abstimmung zwischen den Beteiligten als wichtigsten Hebel. Langfristig stehen Krisenvorsorge und die Arbeit an den Zukunftstrends auf der Agenda.

Weitere Informationen zur Studie online unter
[<https://bit.ly/2y2ynBC>] (<https://bit.ly/2y2ynBC>)

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Markus Webhofer, Managing Partner
INSTITUTE OF BRAND LOGIC
Ing.-Ettel-Straße 17
6020 Innsbruck
t: +43 512 566008 0
www.brand-logic.com
markus.webhofer@brand-logic.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/1740/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0002 2020-05-13/10:07

131007 Mai 20

Link zur Aussendung:

https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20200513_TPT0002