

Netz-Teil

Anke und Daniel Domscheit-Berg

Katalog war gestern



ILLUSTRATION: CAROLIN EITEL, AUTORENBILD: CHRISTIAN VÄGT

Als vor fast 30 Jahren die Mauer fiel, wollte ich die ganze Welt bereisen. Anfang der 90er Jahre ging ich zur Vorbereitung erst in ein Reisebüro, in dem ich mich mit Katalogen eindeckte, und wenn die Entscheidung für ein Ziel gefallen war in einen gut sortierten Buchladen. Dort verbrachte ich Stunden, um die am besten geeigneten Reiseführer zu finden, entschied mich meist für mehrere, die teuer waren und schwer – bei Rucksackreisen ein Problem. Vor Ort stellte sich oft heraus, dass Einträge veraltet waren, Preise, Fahrverbindungen und Öffnungszeiten nicht mehr stimmten. Heute suche ich zur Reiseplanung nach Berichten von Reisenden und lasse mich von ihren Routen und Highlights inspirieren. Wenn meine Planung genauer wird und ich eine bestimmte Unterkunft im Blick habe, schaue ich mir auf Bewertungsplattformen Fotos und Kommentare von Touristen an, die möglichst in letzter Zeit dort waren. Ich gebe auch relevante Suchworte in sozialen Medien ein, bei Twitter oder Instagram, um aktuelle Tipps, schöne Orte oder besondere Lokale zu finden.

Ich käme heute im Leben nicht mehr auf die Idee, in einen Katalog zu schauen, denn die Informationen dort sind nur eine Werbeproschüre derjenigen, die unbedingt etwas verkaufen wollen. Mich interessiert, wie es wirklich dort ist, ein ehrli-

cher Eindruck in Wort und Bild, und vor allem interessieren mich viele Dinge, die ich in einem Katalog nicht finden würde. Kataloge gruppieren Menschen notwendigerweise in Schubladen, es gibt Kataloge für Billigreisende, Naturliebhaber und Kulturinteressierte. Heute reist man gern individueller, und da trifft es sich gut, dass es noch nie so einfach war, sich selbst eine Reise auf den Leib zu schneiden. Sport,



Hier schreiben Anke und Daniel Domscheit-Berg, zwei notorische Netzaktivisten, Weltverbesserer, Start-up-Unternehmer und Gemüsebauern, jede Woche über die Welt - digital wie analog, vor allem aber über die Schnittstelle von beidem.

Natur, Kultur, Essen und Abenteuer – man kann sich alles zusammenstellen, wie man es gern möchte und holt sich dafür zusätzliche Tipps von den besten Insidern, die ein Ort zu bieten hat – von den Einheimischen selbst. Dafür gibt es jetzt schon diverse Apps, etwa „spottedbylocals“ oder „likealocalguide“, wo man für viele internationale Städte in Rubriken wie Sehenswürdigkeiten, Bars, Cafés, Shops, Touren oder Aktivitäten konkrete Empfehlungen von ausgewählten Einwohnern dieser Städte bekommt. Die Informationen sind smartphonerecht aufbereitet, mit Foto, Kurzbeschreibung, Kartenausschnitt, Adressen, Öffnungszeiten und Links. Man kann Vorschläge in Favoritenlisten ablegen, um sie vor Ort schnell wiederzufinden, oder man schaut auf die Smartphone-Karte, welche Ziele die Insider ganz in der Nähe empfehlen für einen Snack oder den spontanen Besuch einer Sehenswürdigkeit. Bleiben Fragen offen, bieten solche Apps eine Kontaktmöglichkeit zu den lokalen Guides, so dass man online seine Frage stellen kann und kurzfristig eine Antwort darauf erhält. Man redet miteinander auf Augenhöhe, von „Peer zu Peer“, kennt die Namen der Einheimischen, sieht ihr Foto und fühlt sich nach solchem Austausch gar nicht mehr wie ein Tourist, sondern eher wie ein Reisender, ein Besucher, der zu einem Ort fährt, in dem er gar nicht mehr ganz fremd ist,

denn man kennt ja Linda aus Riga schon und Sergey aus St. Petersburg. Dieser Effekt ist natürlich noch stärker, wenn man nicht mal mehr im Hotel, sondern in einer privaten Wohnung schläft, die über Couchsurfing oder AirBnB gebucht wurde.

Für die Tourismusmanager beliebter Zielorte ist das veränderte Verhalten gerade der sogenannten Millennial-Generation eine Herausforderung. Sie müssen sich darauf einstellen. Essen darf nicht nur gut schmecken, es muss auch unbedingt schön aussehen, denn gerade im Urlaub wird gern ein Foto vom eigenen Teller gepostet. Da essen viele Augen mit und das verändert etwas. Wenn ein Hotel auf Online-Buchungsplattformen nicht zu finden ist, existiert es für viele Reisende gar nicht mehr, also bleiben sie aus. Und wenn irgendetwas nicht stimmt, dann wird auch davon ein Foto gemacht und oft mit längeren und deutlichen Kommentaren ins Netz gestellt. Umweltsauereien, verdreckte Strände, Schimmel oder Ungeziefer im Zimmer, Baulärm vor dem Haus – alles wird heute transparent, und kein Hotelchef der Welt kann das mehr verhindern. Die beste Strategie ist in solchen Fällen ein offener Umgang, eine freundliche, konstruktive und ehrliche Antwort und eine glaubwürdige Beseitigung des Missstandes. Denn ein Problem ist nicht nur ein Problem, sondern auch eine Gelegenheit, guten Kundendienst zu leisten.