



Mehr miteinander sprechen anstatt dauernd an mobilen Geräten zu hängen – gezielte Hotelangebote sollen es richten.

Mehr Abschalten im Hotel

«Digital Detox»-Angebote tauchen vermehrt in der deutschsprachigen Branchenlandschaft auf – ein neuer, noch zaghafter Trend.

SABRNA GLANZMANN

Ein Gast, der freiwillig sein Handy an der Reception abgibt und kein Internet im Zimmer braucht? In vielen Hoteliersohren dürfte das befremdend klingen in einer Zeit, in der die Nutzung mobiler Endgeräte weiterhin rasant wächst und gratis W-LAN oberste Maxime ist. Doch digitale Dauerpräsenz und -nutzung bergen je länger je mehr auch andere Aspekte: Studien zu Internetsucht häufen sich, und Experten warnen vor gesundheitlichen Folgen wie Burnouts für Berufsleute, die auch in ihrer Freizeit und in den Ferien ständig online sind. Hier setzt der Trend an, der nach den USA allmählich auch in der deutschsprachigen Tourismusindustrie Einzug findet: «Digital Detox», «Digitale Entgiftung» also, bei der man einige Tage bewusst «offline» geht, ein Alternativprogramm aus Bewegung, Aktivität und persönlichem Austausch angeht und seine Online-Nutzung kritisch hinterfragt. Der Pionier in diesem Bereich, das 2013 gegründete «Camp Grounded» in Kalifornien, war im zweiten Jahr schon so gefragt, dass es heuer Ende Mai gleich zweimal durchgeführt wird; das erste deutsche Camp in diesem Bereich hatte letzten Herbst Premiere (siehe Interview rechts). «Offline-Sehnsucht» – ist sie ein neues und vielversprechendes Geschäftsfeld für die Branche?

«Digital Detox als Thema ist für die Branche vor allem für das Segment der «Digital Immigrants» interessant, für Gäste also, die nicht mit diesen Technologien aufgewachsen sind und sich die Benutzung im Erwachsenenalter aneignen mussten. Sie sind stärker von Überforderung und Überlastung gefährdet als die Generation Y, die selbsterständlicher damit auf-

wächst und umgeht, so wie für uns heute etwa der Fernerher völlig alltäglich ist», sagt Anja Kirig vom Zukunftsinstitut Frankfurt – sie forscht dort unter anderem zu Trends in Tourismus und Freizeitkultur. Potenzial sieht sie bei gezielten Positionierungen von Hotels und Destinationen in diesem Bereich, die so «eine Wertigkeit ausstrahlen und sich damit von andern differenzieren können».

Bei der Abgabe des Handys gibt es gratis Bergkäse

Mit «Offline-Urlaub in Österreich» wirbt seit 2012 Steiermark Tourismus. Ein Dutzend Hotelbetriebe haben sich dabei zu bestimmten Kriterien verpflichtet, die sie während bestimmten Zeiträumen einhalten. Handfreie Zone im gesamten Haus, kein Internetzugang, kein TV, Radio und Telefon im Zimmer, respektive für den betreffenden Zeitraum deaktiviert, oder Zusatzangebote wie Bewegungskurse gehören etwa dazu. «Schon vor fünf Jahren lancierten wir mit dem «Winterschlaf» ein erfolgreiches Vorgängerprodukt für den Winter und wollten das dann ab 2012 aufs ganze Jahr ausdehnen», sagt Ute Hödl von Steiermark Tourismus. Generell beobachtet sie, dass man damit aber relativ früh dran sei und die Nachfrage beim Gast sich erst allmählich entwickle. «Ich denke aber, dass das künftig stärker ein Thema werden wird, die wirkliche, echte Erholung in den Ferien ist ein Punkt, auf den Regionen und Destinationen aufbauen können.» Die Frage sei laut Hödl auch, wie man das Ganze kommuniziert: «Etwa von Handyverbot zu sprechen, wäre ganz falsch, es geht darum, dass sich der Gast sich etwas Gutes tun und jederzeit selbst entscheiden kann, ob er das Gerät nutzen möchte oder nicht» – ein Punkt, den Melanie Franke, Direktorin im teilnehmenden Betrieb Rogner Bad



«Mit «Digital Detox» ist eine gezielte Positionierung mit Wertigkeit möglich.»

Anja Kirig
Trendforscherin Zukunftsinstitut

Blumau unterstreicht. «In den Apartmenthäusern, die zum Betrieb gehören, gibt es keinen Strom und keine Steckdose. Das funktioniert deshalb sehr gut, weil der Gast jederzeit in die Restaurants oder in die Lobby kann, wenn er unter Leute möchte oder bestimmte Geräte nutzen will. Fällt der Zwang weg, geht man leichter in die Reduktion.»

Im Allgäu hat die Hubertus Alpin Lodge & Spa in Balderschwang (A), Mitglied bei Private Selection Hotels, vor einigen Monaten speziell ein solches Angebot geschaffen: «Der Handypfang in Balderschwang ist nicht ganz so stark, deshalb haben wir begonnen, diesen Umstand positiv als «mobiles Fasten» zu kommunizie-

ren und beim Check-In den Gästen nahezu legen, ihr Handy einfach abzugeben», sagt Juniorchef Marc Traubel. Das komme bis heute so gut an, dass das Hotel mittlerweile auch ein ganzes «Funkstille»-Package auflegt. Beim Tausch für das Handy gibt es regionalen Bergkäse und ein Aktivprogramm aus Yoga und Co,



«Paxmontana» in Flüeli-Ranft: Feldstecher statt TV.

oder Führungen zu den Kraftplätzen auf dem Hotelgelände. Bis jetzt wurde das Package von 20 Gästen gebucht, Tendenz steigend. «Es geht auch darum, den Gast wieder zu mehr Achtsamkeit, in die Natur und in den Austausch mit anderen zu bringen. Teilweise sitzen ja Paare an den Tischen und drücken an ihren Handys herum,



Schlechter Handyempfang in Balderschwang (A) – das «Hubertus Alpin Lodge & Spa» hat daraus ein gefragtes Angebot gemacht.



Nachgefragt
Ulrike Stöckle

Gründerin Digital Detox Camp Deutschland

Die Betriebswirtin ist heute auf strategische Kommunikationsberatung spezialisiert. Als Business-Speakerin behandelt sie aktuell das Thema «Digital Detox – nachhaltiger kommunizieren».

thedigitaldetox.de

Wieso haben Sie im Herbst 2014 das erste Deutsche Digital Detox Camp organisiert?

Weil ich selbst eine «Betroffene» war. Über 20 Jahre war ich in Kommunikationsabteilungen grosser Unternehmen tätig, checkte 300 Mails am Tag und nahm das Smartphone mit ins Bett. Das Schlüsselerlebnis war, als mir mein Sohn in den Ferien sagte, ich solle doch bitte endlich den Laptop abschalten. Da wurde mir klar, dass ich nicht nur etwas bei mir selbst ändern muss, sondern dass ich etwas auf die Beine stellen möchte, mit dem sich auch andere mit ihrer digitalen Nutzung auseinandersetzen können – Studien zeigen, dass heute allein in Deutschland über 2 Millionen Deutsche internetabhängig sind! Durch die Digital Detox Camps in den USA kam ich dann auf die Idee, etwas Vergleichbares in Deutschland zu organisieren.

Wie ist Ihre Bilanz zur ersten Durchführung?

Die Nachfrage war sehr gut, so dass wir bereits Folgecamps

planen. Ich denke, es bewährt sich, ein ganzheitliches Programm aus viel Bewegung, gesunder Ernährung und sozialem Austausch anzubieten, gemeinsam mit dem Erarbeiten von Arbeitsmethoden und Strategien, was man an seinem Kommunikationsverhalten ändern und verbessern kann.

Welchen Hintergrund hatten Ihre Camp-Teilnehmer?

Das waren vor allem Individualteilnehmer, die aus persönlichen und gesundheitlichen Gründen teilnehmen, abschalten und «aufatmen» wollten. Neben dem Camp steigen übrigens die Anfragen von Firmenkunden für Inhouse-Seminare zum Thema, auch dort sind «Digital Detox»-Strategien immer gefragter. In Unternehmen geht es dabei nicht nur um gesundheitliche Aspekte, sondern um das Vermeiden von bedeutenden wirtschaftlichen Schäden, die entstehen können, wenn die Mitarbeitenden dauernd online und auf bestimmten Kanälen präsent sind.

ohne miteinander zu sprechen. Hier möchten wir mit dem Angebot Impulse setzen – ohne den Gast zu erziehen natürlich, aber an seine Selbstverantwortung zu appellieren», so Marc Traubel.

Seit seiner Wiedereröffnung 2012 hat das 3-Sterne-Superior-Haus Paxmontana in Flüeli-Ranft bewusst kein TV und W-LAN auf den Zimmern; DSL-Anschlüsse für Seminargäste sind vorhanden, laut Vizedirektor Thomas Thürig sei die Erfahrung damit sehr gut, gerade wenn der Gast im Vorfeld informiert sei. «Mittlerweile haben wir sogar Gäste im Seminarbereich, die extra deswegen zu uns kommen, um in Kadermeetings vor allem miteinander zu sprechen.»

Schweiz Tourismus hatte den Trend nach «Digital Detox» bereits vor knapp vier Jahren erkannt und eine Kampagne für Ferien ohne Internet lanciert. «Der Erfolg dieser Aktion war überwältigend, aus Gäste- wie Mediensicht. Das Interesse für diese Kampagne war jedoch grösser als die effektive Gästenachfrage nach Ferienorten und -angeboten ohne Internet», sagt ST-Direktor Jürg Schmid. «Digital Detox» entspricht einem wachsenden Gästebedürfnis aus dem Bereich des Gesundheitstourismus. Gleichzeitig besetzen Gäste mit diesem Reisemotiv heute jedoch noch eine Nische – das Gros wünscht und erwartet je länger je mehr umfassenden, noch schnelleren und flächendeckenden Onlinezugang.» Auch gemäss Anja Kirig ist Digital Detox für die Tourismusindustrie in den nächsten Jahren «eine Nische – mit Berechtigung, aber es ist kein eigentlicher Wachstumsmarkt, wenn man das starke Kommunikationsbedürfnis auf mobilen Endgeräten anschaut».

Nennen Sie uns ein Beispiel für solche Strategien.

Es hilft etwa, bestimmte «Öffnungszeiten» für E-Mails einzurichten, feste Zeitfenster also, in denen Nachrichten angeschaut werden – und nur dann. Das machen wir heute auch in meiner Agentur so, genauso wie wir Meetings ohne Smartphone durchführen.

Haben Sie auch Anfragen aus der Hotellerie?

Ja, ein Hotel aus Österreich hat mich kürzlich angefragt, ein Seminar bei ihnen vor Ort durchzuführen.

In welchen Bereichen sehen Sie Möglichkeiten für die Hotellerie, den Gästen «Digital Detox» anzubieten?

Im Bereich einer sehr solventen Zielgruppe. Es ist für viele ein Luxus zu sagen, ich mache jetzt ein paar Tage explizit Digital Detox, vergleichbar etwa mit einer Ayurveda-Woche. Gerade für Häuser im oberen Preissegment kann das ein sehr interessanter Bereich sein. sag