



Stilvoll: Die Como Hotels und Resorts wie hier im Trendziel Bhutan bieten viel Service.

COMO HOTELS AND RESORTS

# Luxusreisen

## PRODUKT-CHECK

### STARKE NACHFRAGE

Jeder achte registrierte Nutzer von Secret Escapes kommt aus Deutschland.



### SPITZENHOTELS ZU GÜNSTIGEN PREISEN

2011 als Londoner Start-up gegründet, hat sich Secret Escapes zu einem weltweit tätigen Online Shopping Club für den Vertrieb von Luxusreisen entwickelt. Das Geschäftsmodell des Portals: Es werden hochwertige Reisen für einen beschränkten Zeitraum in einem geschlossenen Mitgliederbereich mit bis zu 70 Prozent Preisnachlass angeboten. Die Zahl der registrierten Kunden wächst weiterhin rasant. In Deutschland nutzen auch zahlreiche Veranstalter die Angebote des Portals.

Erlebnisse: Die Singita-Lodgen im südlichen Afrika sind bei Luxusreisenden beliebt.



# Hauptsache persönlich und von Hand gemixt

Kleine, auf Luxus spezialisierte **Reiseveranstalter** besetzen in Deutschland eine lukrative Marktnische. Gezieltes Networking ist Teil ihres Erfolgsrezepts.

MARTINA FEYERHERD

**A**ls anspruchsvoll und ausgabe-freudig erleben auf Luxusreisen spezialisierte Anbieter ihre Kunden. Patrick Skillen, der sich vor zehn Jahren als Reiseagentur und Veranstalter unter dem Namen Emporium Travel selbstständig gemacht hat, erzählt: „Wer zu uns kommt, ist bereits viel gereist und erwartet Beratung, Fachwissen, Flexibilität und Freundlichkeit.“ Eine Qualität im Detail, die seiner Meinung nach viele Reisebüros nicht mehr leisten könnten: „Wir haben in Deutschland eine Monokultur, die von großen Veranstaltern geprägt ist.“ Da komme die Individualität oft zu kurz.

**DIE SPEZIALISIERUNG** auf Luxusreisen hat sich für den heute 52-Jährigen ausgezahlt. Mundpropaganda und Internet-Werbung brachten ihm erste Buchungen. Außerdem hatte er zuvor im Geschäftsreisebereich gearbeitet, und auch wenn er niemanden abwarb, wie er sagt, so blieben ihm doch einige Kunden treu. Für dieses Jahr plant er den Umzug in ein größeres Büro, und die Website wird gerade überarbeitet. Skillen: „Nach zehn Jahren ist das einfach mal fällig.“

Heute beschäftigt er acht Mitarbeiter und setzte 2016 mit Luxusbausteinen (ohne Flug) rund 11,2 Mio. Euro um. Skillen hat auch eine Iata-Agentur und arbeitet mit anderen Reisebüros zusammen, die ab zehn Prozent Provision erhalten. Viele seiner Kunden sind zwischen 45 und 65 Jahre alt, verreisen zu zweit und zahlen pro Buchung Reisepreise von einem niedrigen vierstelligen Betrag bis hinauf zu 100.000 Euro. Skillen: „Wir fragen jeweils nach den individuellen Wünschen und verkaufen Erlebnisse.“



EMPORIUM TRAVEL

„Viele Reisebüros sind den Zwängen des Mindestumsatzes ausgeliefert und können nicht so frei agieren.“

**Patrick Skillen**  
Gründer und General Manager Emporium Travel

Für die Buchung eines Hotels oder Fluges werde ein Reisebüro heute nicht mehr gebraucht, für die Vermittlung ungewöhnlicher Begegnungen wie etwa mit einer indischen Maharani bei einer Teezeremonie im Palast allerdings schon.

Kontakte und tiefe Detailkenntnisse sieht Skillen als Treiber seiner Erfolgsgeschichte. Die holen er und seine Mitarbeiter sich bei Reisen sowie auf Fachmessen wie dem International Luxury Trade Market (ILTM), der außer in Cannes mittlerweile Ableger in Südafrika, Dubai, Brasilien, China und Mexiko gegründet hat und für viele Luxushoteliere zu den Pflichtterminen gehört. Auch gebe es intensive Kontakte zu Unternehmen wie Lobster Experience, das die deutsche Fachmesse Loop etabliert hat und zahlreiche Top-Häuser vertritt.

## BESONDERE ANGEBOTE DANK DIREKTER KONTAKTE

Auch mit Portalen wie Secret Escapes arbeiten die Berliner zusammen. Darüber hinaus gehört Emporium Travel zu den 19 deutschen Luxusreisenanbietern, die bei Traveller Made, einem exklusiven Netzwerk von „Reisedesignern“, Mitglied sind. Ebenfalls dort zu finden sind Wettbewerber von Emporium Travel wie Art of Travel, Design Reisen, Edeltrotter Luxusrei-

sen, Gernreisen, Siglinde Fischer oder Windrose Finest Travel.

Traveller Made wurde 2013 als europäisches Gegenstück zum US-Reisebüro-Netzwerk Virtuoso gegründet (fvw 8/17, S. 46). Das hatte damals – im Gegensatz zu heute – kein Interesse an einer Ausdehnung Richtung Europa. Aktuell hat die Vereinigung fast 1800 Mitglieder – darunter gut 260 Reiseagenturen – in 55 Ländern. Mitglied wird man nur auf Einladung. Die Agenturen müssen keine Gebühren zahlen, Hotels, die aufgenommen werden wollen, hingegen schon.

**DER NUTZEN DES NETZWERKES** liegt vor allem im Informationsaustausch. Es gibt Konferenzen, bei denen über die Zukunft des Luxusmarktes debattiert wird und wie man Kunden erreicht und hält. Und es gibt ein Intranet, in dem sich die Mitglieder austauschen und das ihnen den direkten Zugriff auf verantwortliche Hotelmanager erlaubt. Damit aus einer anonymen Zimmerbuchung ein für den Kunden maßgeschneidertes und persönliches Produkt wird. Skillen: „Jeder Gast, der über Traveller Made kommt, wird automatisch als VIP behandelt, erhält Zimmer-Upgrades und vieles mehr.“ Denn die Hotels wüssten: Dieser Gast kann sich die Reise nicht nur leisten, sondern ist auch gewillt, sein Geld im Hotel auszugeben. **fvw**