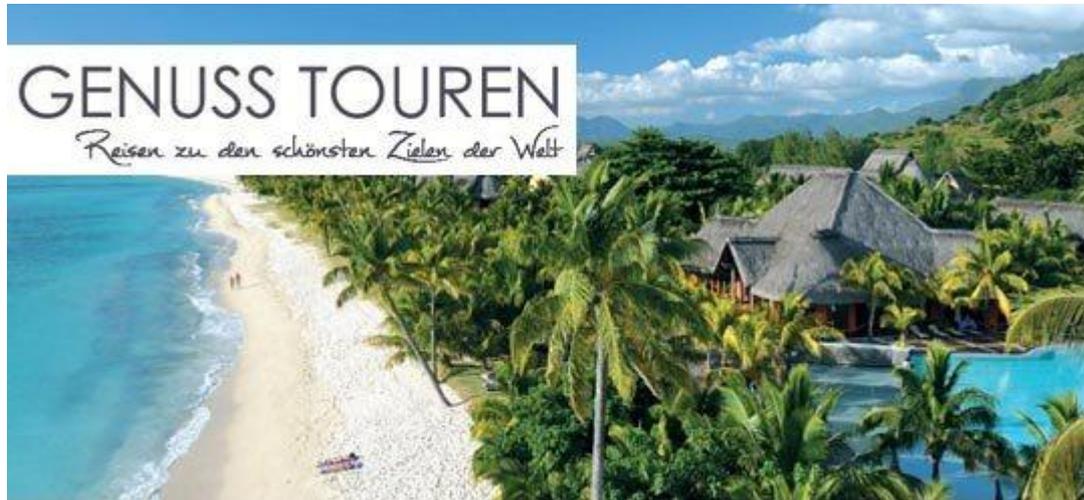


Geschäftsidee Luxusreisen – Wie man mit zielgenauer Positionierung seinen Traum leben kann



Daniela Köster hat mit der Gründung von www.genuss-touren.com Ihre Berufung gefunden. Hier kann Sie Ihr Business und das Reisen zu den schönsten Orten der Welt wunderbar miteinander verbinden. Denn nur, wenn diese den eigenen Ansprüchen zu 100 Prozent genügen, kommen die individuell zusammengestellten Reiseziele auch für die Kunden ins Programm.

Wie lässt sich Ihre Geschäftsidee kurz und prägnant auf den Punkt bringen und wann fiel der Startschuss dafür?

Genuss Touren bietet individuelle Luxusreisen zu handverlesenen Zielen in Afrika, dem Indischen Ozean und in Europa an.

Der Startschuss fiel im August 2014 in München.

Wie sind Sie auf die Idee gekommen, ein eigenes Reisebusiness zu starten?

Ich arbeite schon seit 15 Jahren in der Tourismusbranche, 10 Jahre davon bei Reiseveranstaltern.

Die Überlegungen „was würde ich anders machen, wenn ich die Unternehmerin wäre“ sind immer lauter geworden – und irgendwann war der Punkt gekommen, an dem ich gedacht habe, „das kann ich auch“.

Reiseanbieter gibt es ja bereits wie Sand am Meer. Worin liegt der USP Ihres Angebots?

Das USP ist die fachkundige und individuelle Betreuung. Ich biete wirklich nur das an, was ich selber kenne und von dem ich überzeugt bin.

Die Gäste werden von mir ausführlich und ehrlich beraten. Für mich ist das Wichtigste, dass meine Gäste vor Ort gut betreut werden und einen tollen Urlaub verbringen.

Sie haben sich auf das Thema Luxusreisen spezialisiert. Da haben Sie sicherlich ein ganz klares Bild von Ihren potentiellen Kunden vor Augen?

Es gibt nicht die eine klassische Zielgruppe im Sinne von Alter, Lifestyle oder Wohnort.

Interessenten meiner Reisen sind Honeymooner, Eltern, die mit ihren Teenagern in Afrika noch einmal eine intensive Zeit erleben möchten, bevor die Kinder ihre eigenen Wege gehen, oder Best Ager die ihr Alter genießen.

Was alle Gäste verbindet ist der Wunsch nach einer besonderen Reise, die perfekt organisiert ist.

Ihr Fokus liegt auf ausgesuchten Reisen in ferne Länder. Wie passt dort „Die kleine Reise für zwischendurch“ hinzu?

Menschen, die eine Fernreise unternehmen, machen oft auch noch weitere kürzere Reisen. Damit ich sie bei fast all ihren Reisewünschen betreuen kann, biete ich zusätzlich auch noch Reisen zu näheren Zielen an.

Meine anspruchsvollen Gäste schätzen, dass ich ihre Wünsche kenne – so müssen sie nicht immer wieder von vorne erzählen, was ihnen wichtig ist.

Wie genau kann der Kunde seine Reise bei Ihnen buchen? Gibt es eine umfassende Beratung vor Ort oder wie kann ich mir den Buchungsprozess vorstellen?

Die Reisen werden ja ganz individuell zusammengestellt – also gibt es kein Online-Buchungstool.

Anfragen kommen meist telefonisch oder per E-Mail und die Beratung läuft auch über diese beiden Kommunikationskanäle ab.

Die Urlaubssuchenden erhalten dann ein erstes schriftliches Angebot – und darauf aufbauend besprechen wir die Reise. Es ist zudem jederzeit möglich, für eine Beratung bei mir vorbeizukommen – auch außerhalb der klassischen Öffnungszeiten.

Nach Ihren Worten sind alle Reiseziele handverlesen. Inwiefern konnten Sie selbst die schönsten Orte der Welt bereits genießen?

Da ich schon so lange in der Branche arbeite, durfte ich sehr viel von der Welt sehen. Ich habe vier Kontinente und über 70 Länder bereist.

Mein Herz gehört aber eindeutig Afrika und dem Indischen Ozean. Ich habe Afrika vom Norden bis in den Süden bereist (u.a. Marokko, Botswana, Namibia, Südafrika, Kenia, Tansania, Sambia) und war wiederholt auf Mauritius und den Seychellen.

Und in „meinen“ Hotels in Deutschland und Italien bin ich auch selber gerne Gast.

Sie haben mit Ihrer Geschäftsidee den Wettbewerb „best concept“ gewonnen? Was bedeutet dieser Erfolg für Sie und eröffnet er zusätzlich Türen?

Der Gewinn des Wettbewerbs bedeutet für mich vor allem die Bestätigung, dass ich auf dem richtigen Weg bin und ein tragfähiges Geschäftsmodell auf die Beine gestellt habe.

Der Gewinn eröffnet zunächst vor allem PR-Türen, wie das Interview hier bei meinstartup.

Wie schaut die langfristige Vision von Genuss Touren aus und gibt es bereits Reiseziele, welche dieses Jahr mit ins Portfolio aufgenommen werden?

Die Vision ist, Genuss Touren organisch wachsen zu lassen, mittelfristig einen oder eine Mitarbeiter/in einzustellen und das Angebot auszuweiten.

Als Reiseziele sind für den „Safari Genuss“ Simbabwe, für die „Genuss Momente“ Österreich und für den „Golf Genuss“ Spanien angedacht. Doch dafür möchte und muss ich mir die Hotels und Lodges vor Ort erst einmal anschauen.

Was ist die beste Empfehlung, welche Sie einem Solopreneur mit auf dem Weg geben können?

Ein gutes Netzwerk ist unerlässlich.

Erstens ein Netzwerk in der Branche, in der man sein Startup gründen möchte.

Zweitens ein Netzwerk von „Mentoren“, Menschen, die den Weg schon gegangen sind und wertvolle Tipps geben können.

Und drittens das private Netzwerk von Familie, Partner und Freunden.



Genuss-Touren Solopreneurin Daniela Köster

Zum Abschluss möchten die Leser natürlich auch noch ein wenig zu Ihrem persönlichen Werdegang erfahren?

Ich habe Deutsch, Englisch und Tourismus studiert und dann in verschiedensten Bereichen der Branche gearbeitet.

Während des Studiums in einem Hotel, in dem die Liebe zu Luxusreisen geweckt wurden, ich habe als Flugbegleiterin die Welt kennen gelernt und dann über ein Traineeship bei Wikinger Reisen meine Nische gefunden, die Arbeit bei einem Reiseveranstalter.

Die letzte Station vor der Gründung war ein kleiner Afrika-Spezialist, bei dem ich Geschäftsführerin war.

<https://www.meinstartup.com/geschaeftsidee-luxusreisen-zielgenaue-positionierung-traum-leben/>