

NEUANFÄNGE

ANJA FISCHER IST HERAUSGEBERIN DES ONLINEMAGAZINS „GLÜCKSMOMENTE-CHARMINGPLACES“. WIR SPRECHEN MIT IHR, WIE SIE VON DER BOUTIQUE-REISEVERANSTALTERIN ZUR HERAUSGEBERIN WURDE.

Text:
Susanne Mendack

Fotos:
Charmingplaces

Von der erfolgreichen Reiseveranstalterin zur Portalgründerin „Charmingplaces“ für außergewöhnliche Hotels und Resorts – wie kam es dazu, was war Ihr Beweggrund?

Dafür muss ich etwas weiter ausholen: Als Boutique-Reiseveranstalter zeichneten wir uns vor allem durch ein liebevoll ausgewähltes Portfolio an exklusiven Reisen aus. Qualität, Stil und Liebe zum Detail war dabei stets die Maßgabe.

Durch das Erstarken der großen Online Buchungsplattformen begann zum Ende der Nullerjahre der Kampf um den besten Preis, die Kannibalisierung schlug um sich, die Disruption in der Touristikbranche hatte begonnen.

Ich entschied mich im Jahr 2017 für eine Verschmelzung mit einem skandinavischen Konzern, der die technologischen Lösungen bot, mitzuhalten. Die Symbiose aus High Technology und serviceorientierten Unternehmen mit Passion und Werten schien ein perfektes Match und wir erzielten ein sensationelles Wachstum. Doch der Kampf um den besten Preis und akzeptable Margen blieb unser Alltag.

Dann kam Corona und von einem Tag auf den anderen erlebten wir den Totalabsturz. So begannen erneut meine Überlegungen zu Perspektiven und entsprechenden Lösungen und ich traf von einem Tag auf den anderen einen sehr klaren und rigorosen Entschluss: Ich würde alles hinter mir lassen müssen, was an die Form eines klassischen Reiseveranstalters gebunden ist, um dahin zurück zu kehren, wo alles begann: Zur Liebe zu den Menschen, den Gastgebern, den Destinationen – und dahin, etwas von Grund auf neu gestalten zu können, das durchdrungen ist von Werten und Qualität.

Das war das Ende des Reiseveranstalters und die Geburtsstunde meines Online-Reisemagazins Glücksmomente – Charmingplaces.



Anja Fischer mit Ilka und Antonella

Wie ist Ihr Online-Reisemagazin/Ihre Empfehlungsplattform aufgebaut?

Ich verstehe uns als Botschafter für das Besondere und als Brücke zwischen Gastgebern und Menschen, die ihre Aufgabe mit Leidenschaft betreiben, um ihnen eine Plattform zu bieten für Menschen, die genau das auch zu schätzen wissen.

Charming Places ist ein Online-Reisemagazin, das durch hochwertige Artikel, Insider Tipps und schöne Bilder Lust macht auf die Destinationen. Mein Redaktionsteam besteht aus Reisejournalisten und Experten ihres Fachs.

Unsere Kollektion besteht aus stilvollen Hotels und Ferienhäusern jenseits des Mainstreams. Über einen Link kann man direkt bei den Hotels buchen.

Nach welchen Kriterien suchen Sie die Charmingplaces aus?

Ganz abgesehen von einem definierten Anforderungskatalog, was Qualität, Stil und ein angemessenes Preisgefüge angeht, muss uns ein Ort emotional berühren. „Die Seelensprache“, wie ich sie immer nenne. Es geht weit über materielle Anforderungen hinaus. Unterstützt werde ich bei der Auswahl von meinen beiden Hotelscouts Antonella und Ilka. Beide sind echte Profis und haben umfassende Erfahrung im Hotelbusiness. Das Wichtigste aber: Sie identifizieren sich mit der DNA des Unternehmens und unseren Werten und können daher auch fühlen, was einen Charmingplace ausmacht.

Welche Menschen sind es, die Ihre Charmingplaces besuchen? Wie würden Sie die Zielgruppe beschreiben?

Vor einigen Jahren hatte ich bei dieser Frage einen echten Aha-Moment, als ich mit einem Marketingprofi eine fundierte Analyse erstellte. Dafür ließ er mich einen mehrseitigen Fragebogen ausfüllen, in dem ich meine Zielgruppe beschreiben sollte: Deren Hobbies, Vorlieben, Interessen, Herausforderungen, Werte. Sehr detailliert, als hätte ich eine konkrete Person vor Augen.

Ich bin sehr konsequent in der Auswahl und in meinem Vorgehen und entscheide strikt nach dem, was mich inspiriert und mich anspricht. Das ist die Antwort darauf, was meine Leser interessiert. Das kann zum Beispiel eine einfache Berghütte sein, die ein einzigartiges Erlebnis bietet, weil zum Beispiel grandios gekocht wird und die Lage und das ganze Drumherum einfach besonders ist – bis zum luxuriösen

Boutiquehotel, wo einfach alles stimmt. Wichtig ist mir die Liebe zum Detail, authentische Herzlichkeit und eine besondere Experience.

Gibt es spezielle Angebote/Extras für die Leser/innen, die über Ihre Website auf die Hotels und Resorts aufmerksam werden?

Ja, wer sich beim Stichwort „Charmingplaces“ bei einer Buchungsanfrage direkt beim Hotel als unser Leser identifiziert, erhält ein Special auf die Buchung. Das kann ein prozentualer Preisnachlass sein, ein Gratis-Upgrade oder ein besonderer Willkommensgruß. Das variiert je nach Hotel. Außerdem gibt es auf unserer Website eine eigene Rubrik mit sogenannten „HOT DEALS“, wo die Gastgeber über uns spezielle Zeiten zu Sonderkonditionen promoten können.

Welche Reiseziele sind die beliebtesten bei Ihren Leser/innen?

Auch hier kann ich wieder sagen: Die Leser lieben, was wir lieben! Dazu gehört Bella Italia – mit Italien ist meine persönliche Lebensgeschichte eng verbunden. Aber wir sind auch in den alpinen Regionen stark. Hübsche Holzhütten am Saimaa See in Finnland mit eigener Sauna oder charmante Ferienhäuser im Elsass, die inmitten traumhafter Gartenanlagen liegen. Oder ein kleines B&B in Südfrankreich, das fast ausschließlich mit unseren Lesern gefüllt ist.

Unser Erfolgsrezept ist unser Anspruch an Qualität, an schöne Ästhetik, an bildhaftes Storytelling, aber vor allem aber an unsere ehrliche und echte Freude an dem, was wir tun.

www.charmingplaces.de



Anja Fischer in Lykien