

Opfer sexueller Gewalt

Ein Schweizer Kloster gibt Ukrainerinnen Halt

Reportage — 14

Vielflieger

Die Mehrheit der Schweizer kennt keine Flugscham

Umfrage — 18

«Im Ferrari durch die Toskana ist ein tolles Geschenk für den Ehemann»

Reisedesignerin Monika Wyss erfüllt Ferienträume für Leute, die sich etwas leisten können und schon vieles gesehen haben. Nichts ist unmöglich, lautet ihre Devise. Was den Preis angeht, gibt es nach oben keine Grenze.

Chris Winteler

So chic kann ein Reisebüro sein: cremefarbene Polstermöbel, in den mit Sand und Muscheln gefüllten Glasbehältern blühen weisse Orchideen. Die hölzernen Lamellen vor den Fenstern sorgen für ein sanftes Licht. Zur Begrüssung reicht Monika Wyss ein Frotteetüchlein aus dem Külschrank, wie man das sonst nur von feinen Hotels in fernen Ländern kennt. Der Espresso wird mit einem Gläschen Wasser auf einem kleinen Silbertablett serviert. Auch ihre Visitenkarte überreicht die Inhaberin der Agentur Travel Gallery in Horw LU comme il faut, mit beiden Händen.

Frau Wyss, es riecht fein in Ihrer Agentur.

Das freut mich. Düfte sind mir wichtig, immer passend zur Saison. Gern verschenke ich meinen Kunden eine hochwertige, stimmige Duftkerze, zum Beispiel die Fragrance «Serengeti» für Kunden, die eine Tansaniasafari gebucht haben.

Gehören Safaris in Afrika zu den exklusivsten Reisen, die Sie organisieren?

Private Safaris in Namibia und Botswana zählen sicher dazu. Man fliegt in der kleinen Cessna mit eigenem Piloten in geringer Höhe über die traumhaften Landschaften der Savanne von Lodge zu Lodge. Den Tag verbringt man auf Safari. Die Nächte in High-End-Unterkünften, wo die Nacht pro Person zwischen 2000 und 3000 Franken kostet. Solche zehntägigen Privatreisen bucht eine Familie oder eine Gruppe von Freunden – je nach Lodge zahlt man einen Preis im mittleren sechsstelligen Bereich.

Gehs noch teurer?

Am teuersten sind Ferien auf Privatjachten, zum Beispiel in Südfrankreich. Wir vermitteln sehr schöne, 30 bis 54 Meter lange Schiffe samt Captain und eigener Crew – quasi ein privates Kreuzfahrtschiff. Solche Reisen verkaufe ich nicht täglich, aber immer mal wieder.

Wer kann sich das leisten?

Meine Kunden sind sehr engagierte Menschen, die viel arbeiten. CEOs von Unternehmen, Leute aus der Finanz- und Immobilienbranche – die Mehrheit im Alter zwischen Mitte 50 und Mitte 70. Darunter auch bekannte Namen, aber meine Kunden sind diskret unterwegs. Man würde nicht vermuten, wie viele Schweizerinnen und Schweizer sich mehrmals im Jahr eine Ferienwoche für 40'000, 50'000 Franken leisten können.



Monika Wyss in ihrer Reiseagentur: «Ich muss wissen, ob das Paar getrennte Betten bevorzugt.» Foto: Franca Pedrazzetti

Ihr Geschäft läuft also gut?

Ja, sehr gut. Das Budget der Kunden ist in den vergangenen Jahren sicher gestiegen. Viele sind seit Corona bereit, mehr zu zahlen, und wollen vor allem nicht mehr zuwarten: «Man weiss ja nicht, was noch kommt», dieser Gedanke hat sicher Einfluss aufs Reiseverhalten. Eine persönliche Reiseberaterin zur Seite zu haben, gibt vielen eine gewisse Sicherheit.

«Wir vermitteln 30 bis 54 Meter lange Schiffe samt Captain und Crew – quasi ein privates Kreuzfahrtschiff.»

Sie führen keine Reiseprospekte, auf der Website geben Sie nur Inspirationen. Wie erfahren Sie von den Wünschen Ihrer anspruchsvollen Kundschaft?

Das persönliche Gespräch ist entscheidend. Ich frage immer nach. Es kam schon vor, dass ich von der gewünschten Destination abriet, und so flog das Paar in die Karibik statt nach Asien. Es sind aber vor allem Feinheiten, persönliche Vorlieben, über die ich Bescheid wissen muss. Das setzt Vertrauen voraus.

Zum Beispiel?

Ich muss wissen, ob das Paar getrennte Betten bevorzugt, zwei Duvets oder verschiedene Matratzen wünscht. Der Kunde muss mir sagen, wenn er nichts mit einem offenen Bad oder einem WC in einer Glaskabine anfangen kann, weil er gern Privatsphäre hat. Wenn er abends nach dem Essen zu seinem Whisky eine Zigarre raucht, muss ich sicherstellen, dass das auf seinem Balkon erlaubt ist.

Fortsetzung — 13

Eine Leidenschaft fürs Reisen

Reisedesignerin Monika Wyss (54) ist seit 34 Jahren im Reisebusiness tätig. Vor 21 Jahren gründete sie die exklusive Agentur Travel Gallery, die sich auf massgeschneiderte Reisen für eine vermögende Kundschaft spezialisiert. So oft wie möglich überprüft sie ihre Angebote selbst vor Ort, besonders gern jene auf den Malediven. Monika Wyss wohnt mit ihrem Lebenspartner in Horw LU.



Gorilla-Trekking in Ruanda, Ferrari-Roadtrip im neuesten Modell, Privatinsel mit Koch und Serviceangestellten ganz für sich allein: Wies beliebt, sagt Monika Wyss. Fotos: Getty Images, Alamy

Fortsetzung

Reisedesignerin Monika Wyss

Wie verblüffen Sie eine Kundin, die bereits alle Luxushotels dieser Welt kennt?

Alle Kunden, die schon vieles gesehen haben, sind gespannt, was es noch Neues zu entdecken gibt. Das könnte eine neue Reiseart sein, eine Fahrt im exklusiven Hausboot von Stadt zu Stadt zum Beispiel. Oder Überraschungen vor Ort: ein Helikopterflug auf einen Berg, auf dem ein tolles Picknick wartet. Oder ein wunderschöner Sundowner in der Savanne, bei einem edlen Tropfen Wein. **Ab welchem Betrag offerieren Sie mir eine Ferienreise im High-End-Segment?** Bei einer Woche für zwei Personen in Europa ist man rasch bei 20'000 Franken, das ist aber nicht Top of the Top. Gegen oben gibts keine Grenze. Aber ich weise niemanden ab. Ich habe einfach keine persönlichen Empfehlungen im Dreisternbereich. **Die Hotelpreise sind auf der ganzen Welt gestiegen. Ist der Preis bei Ihrer Kundschaft überhaupt ein Thema?** Geld ist sicher nicht das Hauptthema. Aber die Hotelpreise sind heute tatsächlich teils unverschämte hoch, ohne dass die Qualität und der Service verbessert worden wären. Es kommt vor, dass der Kunde sagt, 2000 Euro zahle ich nicht für das Zimmer, das früher die Hälfte kostete. Ich bin dann bestrebt, fürs gleiche Geld eine besonders attraktive Alternative zu finden.

Wo sparen die Reichen in den Ferien noch am ehesten?

Sie können im Hotel am ehesten auf die Topetage verzichten und nehmen auch etwas weniger Aussicht in Kauf. Ich hatte mal eine Kundin, die immer First Class geflogen ist, zu jedem Preis, in jedes Land. Aber den Limousinenservice vom Flughafen zum Hotel hat sie sich nie geleistet. Sie nahm immer das Taxi, sie zahle doch nicht das Doppelte für die Limousine. Wir reden von einer Differenz von 80 Franken bei einer sehr teuren Reise.

Wo darfs nicht teuer genug sein?

Bei der Kulinarik wird nicht gerechnet. Meine Kundschaft legt Wert auf schöne Restaurants, Reservationen bei Sterneköchen mache ich lange im Voraus.

«Ich mag den Begriff Luxus nicht. Das tönt abgedroschen.»

Welches sind aktuell die absoluten Luxusreisen in Ihrem Angebot?

Once-in-a-lifetime-Reisen sind nach wie vor schöne Kreuzfahrten, vor allem in der Antarktis. Sehr viele meiner Kunden buchen eine Kreuzfahrt. Ich rede hier von modernen, kleinen Schiffen für 200 bis 600 Passagiere. Oder eine Reise nach Afrika mit einem dreitägigen Gorilla-Trekking in Ruanda oder Uganda. Ein Abenteuer, das man sich einmal im Leben leistet.

Ruanda und Uganda bringt man eher nicht mit Luxus in Verbindung...

Ich mag den Begriff Luxus nicht. Das tönt abgedroschen. Luxus bedeutet für jeden etwas anderes. Als neuer Luxus zählen beispielsweise Ruhe und Privatsphäre oder vier Wochen Zeit. Aber die Unterkunft im Dschungel ist absolut top, beispielsweise Zelte mit perfektem Bett und voll ausgestattetem Bad. Und einen Service, wie man es gewohnt ist.

Welches Land bietet punkto Tophotels am meisten?

Die Emirate und die Malediven sind sicher führend. Persönlich liebe ich die Malediven sehr. Die Villen mit eigenem Pool sind ein Traum. Aber auch Europa hat einiges zu bieten: die Amalfiküste, Südfrankreich. Und vor allem Mallorca, die Insel verfügt über unzählige Tophotels, kleine Hideaways, und eine unglaubliche Dichte an Sterneköchen – eine absolut erstklassige Destination. **Und die Schweiz?**

Anfragen für die Schweiz sind selten, auch weil viele meiner

Kunden ein Zweitdomizil an einem schönen Ort haben.

Welches Land wird bei Ihrer Kundschaft demnächst in Mode kommen?

Ich kann mir vorstellen, dass sich Saudiarabien wie damals Dubai entwickeln wird. Vor 20 Jahren war man auch skeptisch, heute ist Dubai tatsächlich in Mode, man fliegt im Winter rasch übers Wochenende zum Sünnele ins Emirat. Eine grosse Nachfrage sehe ich für Kroatien oder Montenegro, bisher wurden die Länder eher gemieden, da es an erstklassigen Hotels fehlte. Das hat sich geändert. Ein Trend wird sicher Japan mit dem Schiff sein.

Ich liebe kleine Inseln, was haben Sie im Angebot?

Soll eine kleine Insel in Europa oder in den Tropen sein? Wir haben wunderschöne Inseln in Griechenland, Paros, Antiparos oder Kefalonia, oder die Liparischen Inseln in Italien. Persönlich mag ich die Karibik, die British Virgin Islands oder die Grenadinen, dort könnte ich Ihnen viele Angebote unterbreiten.

Ich träumte eher von einer Privatinsel.

Dann würde ich Ihnen eine kleine Insel nur für Sie und Ihre Begleitung in der Karibik vermitteln. Eine Privatinsel mit Villa, eigenem Koch und Serviceangestellten. Das wäre auch auf den Balearen oder Malediven möglich: Für eine Woche müssten Sie mit mindestens 200'000 Franken rechnen.

Wohin schicken Sie den verwöhnten Naturliebhaber?

Welche Natur? Wüste? Regenwald? Berge? Nicht jeder liebt die gleiche Natur. Beliebt ist Kanada, Ferien auf einer abgelegenen Insel, die man nur mit dem Wasserflugzeug erreicht, wo der Kunde fischen und wandern kann oder per Helikopter zur Bärenbeobachtung geflogen wird. Den Abenteuerer, der Extreme sucht und über ein unbeschränktes Budget verfügt, würde ich wohl ins White Desert Camp in der Antarktis schicken.

Was für Ferien wünscht sich die Familie mit unbegrenztem Budget?

Die Bedürfnisse der Kinder stehen im Vordergrund: Wollen sie

Golfen oder Segeln lernen, vielleicht das Tauchbrevet machen? Wenn der Teenagersohn ins Gym will, muss dieses bestens ausgerüstet sein, drei, vier alte Gerätetuns hier nicht. Man will Zeit als Familie verbringen. Oft werden Destinationen gebucht, wo das Kind etwas lernen kann über fremde Kulturen, die Natur oder die Tierwelt. Mit dem Ziel, dass der Nachwuchs eine neue Erfahrung mit nach Hause nimmt, vielleicht auch lernt, dass es nicht allen Menschen so gut geht wie uns in der Schweiz.

Ist der Umweltschutz bei Ihrer Klientel ein Thema?

Die Kunden schätzen es, wenn das Hotel eine Verbrennungsanlage für den Abfall hat, das Wasser aufbereitet wird und keine Plastikflaschen in der Minibar stehen. Aber der Umweltschutz ist nicht entscheidend bei der Wahl des Hotels. Klimafreundliches Reisen, Flugkompensation ist bei meinen Kunden kaum Thema.

Welchen Einfluss hat der Klimawandel auf Ihre Einstellung zum Reisen?

Selbstverständlich bin ich der Meinung, dass wir den Klimawandel ernst nehmen müssen. Aber das Reisen, oft mit dem Flugzeug, ist nun mal Teil meines Berufs. Mein Ziel ist es, meine Angebote möglichst selbst zu testen.

Wie oft sind Sie unterwegs?

Acht- bis zehnmal im Jahr, im April war ich auf einer Scenic Cruise von Panama nach Mexiko, im Mai auf Safari in Botswana, nächste Woche plane ich ein langes Weekend in Griechenland für eine Qualitätsüberprüfung der Tophotels auf der Halbinsel Chalkidiki.

Wie testen Sie ein Hotelrestaurant?

Ich bestelle die Empfehlung des Hauses, ich will wissen, womit sich das Restaurant profiliert. Ist das Tartar wirklich einzigartig? Ist der Pulpo tatsächlich so fantastisch, oder schmeckt er bei mir zu Hause besser?

Ich war kürzlich im ersten «Six Senses»-Hotel der Schweiz. Das Doppelzimmer kostet dort 1600 Franken die Nacht. Die Getränke in der Minibar und die Nüsschen

bezahlte man extra. Wie finden Sie das?

Das nervt mich total. Ich kann das schlicht nicht nachvollziehen, seit Jahren rede ich mit meinen Hotelpartnern darüber. Ein Hotel bleibt doch viel besser in Erinnerung, wenn die Minibar inkludiert ist und sogar ein Fläschchen Hauswein aus der Gegend offeriert wird. «Händ Sie na öppis us de Minibar gha?» Diesen Satz will ich beim Auschecken nicht hören!

Welche No-Gos gibt es in Luxushotels sonst noch?

Es macht mich rasend, wenn der Turndown-Service genau dann an die Tür klopft, wenn man sich fürs Abendessen bereit macht. Zwischen 17.30 und 19.30 Uhr darf man im Zimmer nicht gestört werden. Was ich auch immer wieder erlebe, ist, dass ich den Wein bestelle und der Kellner schnurstracks zu meinem Mann geht, ihm die Flasche präsentiert und einschenkt. Wenn die Frau den Wein bestellt, sollte heute klar sein, dass sie auch entscheidet, ob er gut ist oder nicht. Oder XL-Bademäntel für die Frau. Jedes Luxushotel verspricht einen persönlichen Service, der Gast soll sich wie zu Hause fühlen. Zu Hause trägt die Frau wohl kaum einen XL-Bademantel.

«Der Flug mit Virgin Galactic von Richard Branson ist bereits im Angebot.»

Warum werben Hotels weltweit mit dem Slogan: «Damit Sie sich wie zu Hause fühlen»?

Diesen Spruch mag ich nicht mehr hören. Man verspricht eine Wohlfühloase, aber das sollte doch selbstverständlich sein. Auf Reisen sucht man doch das Besondere, sonst könnte man ja gleich zu Hause bleiben.

Entscheidet eher die Frau oder der Mann, wohin die Reise geht?

Ich kommuniziere meist mit dem Mann. Die Frau legt vielleicht etwas mehr Wert auf ein Spa und

Treatments, aber auch hier holt der Mann auf. Am morgendlichen Yogakurs in der Gruppe ist er jedoch nicht interessiert. Ab und zu wünscht ein Mann, dass ich seine Frau mit einem Rosenstraus oder ihrem Lieblingschampagner in der Suite überrasche.

Und wie überrascht die Frau den Mann?

Zum Beispiel mit einem Roadtrip im Ferrari. Ein paar Tage im neuesten Modell durch die Toskana, ein tolles Geschenk für den Ehemann.

Welchen Wunsch konnten Sie nicht erfüllen?

Grundsätzlich gilt: Jeder Wunsch wird möglich gemacht. Aber ich kann nicht versprechen, dass der Kunde auf Safari tatsächlich die Big Five sehen wird. Oder wenn der Kunde Hammerhaien begegnen will, muss ich ihn darauf hinweisen, dass die Haie zu dieser Zeit kaum anzutreffen sind. Wenn der Kunde mit falschen Erwartungen auf Reisen geht, dann habe ich meinen Job nicht richtig gemacht.

Was ist der neuste Schrei im High-End-Bereich, der ultimative Luxus?

Das könnte tatsächlich ein Flug ins Weltall sein. Gut möglich, dass der Kunde, der auf der Erde schon alles gesehen hat, Lust aufs Weltall hat. Der Flug mit Virgin Galactic von Richard Branson ist bereits im Angebot, aber der Kunde, der die Schwerelosigkeit erleben will, hat sich noch nicht gemeldet.

Wir Normalverdienenden stöhnen derzeit über die langen Schlangen am Flughafen. Sind beim Check-in und beim Sicherheitscheck alle gleich – oder kann man sich auch am Flughafen Privilegien kaufen?

Selbstverständlich gibts an den Flughäfen einen VIP-Service. Ein VIP-Agent betreut den Gast beim Check-in, führt ihn durch alle Kontrollen in die VIP-Lounge, von dort gehts mit der Limousine direkt zum Flugzeug. In Zürich buche ich das selten: Die meisten Kunden buchen selbst auf Kurzstrecken Business oder First Class, wegen der schnellen Abfertigung, weil sie am Flughafen nicht Schlange stehen wollen.