



## Melanie Gleinser-Moritzer

**segara: 2020 war für Sie ein Jahr mit einer ganz großen neuen Chance: Von der Chefredaktion der DIVA zur Chefredaktion von Falstaff Travel. Von der Mode zur Reise. Wie groß ist die Umstellung, wenn man schöne Mode gegen traumhafte Reiseziele eintauscht?**

**Melanie Gleinser-Moritzer, Chief Editor Falstaff Travel:** Minimal! Mode und Reise sind Lifestyle-Themen, die ähnlich aufbereitet werden. Allerdings gibt es in der Reise mehr zu erzählen, die Themen sind vielschichtiger und ich liebe besonders diese beiden Komponenten: das Abenteuer und den Überraschungseffekt!

**2020 war das wirtschaftlich schwierigste Jahr, das wir je erlebt haben. Während andere Verlage ihre Reisemagazine einstellen oder die Anzahl der Ausgaben reduzieren, sind sie im Dezember mit einem 234 Seiten dicken Magazin auf den Markt gegangen. Wie haben Sie die Resonanz des Anzeigenmarktes erlebt?**

Es war tatsächlich ein schwieriges Jahr für den Wettbewerb, aber wir hatten einen großen Start-

vorteil: Wir kommen aus dem Hause Falstaff, das seit 40 Jahren für journalistische Exzellenz steht. Da bekommt man natürlich einen Vertrauensvorschuss, den wir nicht enttäuscht haben. Die Resonanz war absolut positiv und ich bin überzeugt, dass wir dies 2021 so weiterführen können.

**Und wie haben Sie die thematische Ausrichtung festgelegt?**

Der Schwerpunkt liegt auf Hotels, dementsprechend wird auch begleitend ein Hotel Guide publiziert. Die Herausgeberin, Nadine Tschiderer, kommt aus der Fünf-Sterne-Hotellerie, wir bringen hier top Expertise und Insider-Wissen mit. Im Heft gibt es drei große Ressorts: Trends, Destinations und Experiences, die alles bespielen, was mit Reise zu tun hat. Da darf es auch mal ausgefallener sein und einfach zum Träumen einladen. So haben wir in der aktuellen Ausgabe etwa eine Trend-Geschichte zum Thema „Reisen ins All“. Sehr lesenswert. Daneben kommen in der Rubrik „Travel Insight“ auch Experten zu Wort, die spannende Einblicke geben, aber auch sehr praktische Tipps vermitteln.

**Viele Hoteliers haben alle Marketingmaßnahmen eingestellt. Anders sehen das offenbar Ihre Kunden, warum ist Falstaff Travel ein so interessanter Kooperationspartner?**

Unser Vertriebssystem ist einzigartig: Wir haben 60.000 Abonnenten, die unser Heft direkt erhalten. Unsere Kunden wissen, dass sie mit ihrem Produkt genau da landen, wo sie hingehören: Am Tisch einer einkommensstarken, genussorientierten Leserschaft.

**2020 war ein Jahr der Ungewissheit und des sehr eingeschränkten Reisens. Wohin geht in Ihren Augen der Reisetrend 2021?**

Nachhaltigkeit wird das wichtigste Thema sein, das auf viele Arten bespielt wird: Die Transportmittel rücken in den Vordergrund, Aufenthaltsdauer und Orte werden sich ändern. Wir werden aber bestimmt noch einige Überraschungen erleben, die Lust am Reisen wurde ja nicht weniger. Im Gegenteil!

**Auch wenn Reisen wieder ohne Einschränkungen erlaubt ist: Wo sehen Sie die Zukunft des Reisens? Welche Länder werden punkten? Welche Hotelkonzepte?**

Im Moment lässt sich da keine Prognose tätigen, es ist möglich, dass wir in den nächsten Jahren mehr in der näheren Umgebung bleiben oder aber auch wie die Heuschrecken ausfallen. Das ist abhängig von der weiteren Entwicklung der Pandemie. Was wir jetzt aber alle brauchen, ist Vertrauen: in unseren Veranstalter, in die Destination und in unsere Unterkunft.

Wir haben jetzt gelernt, dass sich Situationen ganz schnell, ganz rapide drehen können. Hotels müssen da wie ein zweites Zuhause funktionieren, ein Auffanglager mit doppeltem Boden sein. Hotelkonzepte, die mit Authentizität punkten, eine überschaubare Größe haben und ganz nah an ihrem Gast dran sind, werden bestimmt langfristig erfolgreicher sein.

**Wie verreisen Sie am liebsten? Wohin?**

Ich reise bedürfnisorientiert: Zum Sport im Winter nach Lech, zur Erholung mit Freunden nach Südfrankreich und zum Abenteuer überall dorthin, wo ein Flugzeuglandeplatz, Schiffsanlegestelle oder Bahnhof ist.

**Was steht für 2021 auf der Bucketlist der Chefredakteurin des Falstaff Travel?**

Eine große Fernweh-Destination ist Afrika und da alles voran Ruanda.