

NEW AGE 55+ TRAVELERS

TRAVEL READY 55+ EUROPE

B2B-, DOZENTEN- & PARTNERKONZEPT

LEITIDEE

Nicht nur Reiseziele. Entscheidendes Wissen. Persönlich, praxiserprobt und so aufbereitet, dass Menschen unterwegs souverän handeln können.

Wolfgang Gogoll

Staatlich geprüfter Pharmareferent · 10 Jahre vertraglich als Manager tätig

45+ Jahre internationale Reiseerfahrung · 35+ Jahre IT-Erfahrung

Finalfassung V1.4 · 3. August 2026

Entscheider-Intro

Eine Kreditkarte funktioniert nicht. Das Handy ist weg. Das Flugticket liegt nur digital vor. Der E-Mail-Account oder die Cloud ist gesperrt. Medikamente reichen nicht aus. Ein Mensch fühlt sich plötzlich krank – weit weg von zu Hause. Und jetzt?

Wer unterwegs ein Problem hat, findet im Internet tausend einzelne Antworten. Was häufig fehlt, ist ein erfahrener Mensch, der die Situation als Ganzes versteht – oder den Reisenden so vorbereitet, dass er im entscheidenden Moment handlungsfähig bleibt. Genau das ist unsere Maxime: dem Reisenden ein praxiserprobtes Setting an die Hand geben. Wie beim Formel-1-Boxenstopp: Das Team ist vorbereitet, jeder Handgriff sitzt – und weiter geht's. Man stelle sich vor, ein Formel-1-Wagen kommt an die Box und die Crew schaut erst einmal ins Handbuch. Noch schlimmer: Sie zieht den Telefonjoker und landet in der Warteschleife.

NEW AGE 55+ TRAVELERS verbindet über 45 Jahre selbst organisierte internationale Reiseerfahrung mit Gesundheitswissen, digitaler Sicherheit, Zahlungsfähigkeit, Kommunikation, Reiseorganisation und der Fähigkeit, komplizierte Zusammenhänge verständlich zu vermitteln. Keine Theorie aus zweiter Hand. Keine austauschbare Checkliste. Wissen, das unterwegs wie ein Airbag wirkt: Man hofft, es nie zu brauchen – aber wenn etwas passiert, macht genau dieses Wissen den Unterschied.

Unser Angebot richtet sich an anspruchsvolle Reisende ab 55 und zugleich an jüngere Weltenbummler, Mitarbeitende, Gäste und Kunden, die nicht nur weiter, sondern souveräner reisen wollen. Der Kern ist persönliche, individuelle Orientierung. Hier ist niemand „die Masse“. Fragen werden ernst genommen, Situationen werden eingeordnet und Lösungen werden so vermittelt, dass Menschen wieder handlungsfähig werden.

WARUM UNTERNEHMEN JETZT WEITERLESEN SOLLTEN

Weil Vertrauen nicht entsteht, wenn alles glattläuft. Vertrauen entsteht, wenn etwas schiefgeht – und der Kunde erlebt, dass sein Premium-Hotel, seine Airline, seine Kreditkartengesellschaft oder sein Arbeitgeber ihn nicht alleinlässt. Genau dort schaffen B2B-Sponsoring und Partnerschaften sichtbaren Mehrwert.

1. Die Idee in einem Satz

NEW AGE 55+ TRAVELERS macht Reisende, Gäste, Kunden und Mitarbeitende durch praxiserprobtes Wissen handlungsfähiger – bevor eine Reise beginnt, während sie läuft und besonders dann, wenn etwas nicht nach Plan funktioniert.

Das Konzept verbindet hochwertigen Reisejournalismus mit einem kompakten Bildungs-, Service- und Beratungsangebot. Es schließt die Lücke zwischen allgemeiner Reiseinformation und individueller, realitätsnaher Orientierung.

2. Positionierung und Markenversprechen

Baustein	Positionierung
Marke	NEW AGE 55+ TRAVELERS – Premium Travel Journalism und Travel Intelligence.
Zielgruppe	Anspruchsvolle Reisende ab 55 sowie jüngere Weltenbummler, die selbstbestimmt, sicher und souverän reisen möchten.
B2B-Zielgruppen	B2B-ZIELGRUPPEN Premium-Hotels und Hotelketten, Airlines, Flughäfen, Kreditkartengesellschaften, kartenausgebende Banken, Versicherer, Unternehmen mit reisenden Mitarbeitenden, Reiseveranstalter, Magazine, Reisegepäckanbieter, Tourismusorganisationen und Servicecenter.
Kernnutzen	Zusätzlicher Nutzen stärkt Kundenbindung und eröffnet neue Umsatzpotenziale. Der Kunde spürt: Was mir wichtig ist, ist auch meinem Partner wichtig. Hier bin ich in guten Händen.
Haltung	Kein Alarmismus. Vorbereitung schafft Freiheit. Wer weiß, was zu tun ist, kann das Reisen intensiver genießen.
Unterscheidung	Gesundheit, IT, Zahlung, Kommunikation, Organisation und gelebte Reiseerfahrung werden in einem Konzept zusammengeführt.

2.1 Wolfgang Gogoll als glaubwürdiger Absender

- Über 45 Jahre internationale, überwiegend selbst organisierte Reiseerfahrung – darunter zahlreiche Langzeit- und Fernreisen sowie Aufenthalte im gehobenen Hotelsegment.
- Über 35 Jahre praktische IT-Erfahrung mit einem besonderen Blick auf digitale Ausfallsicherheit, Redundanz, Cloud- und Kontozugänge sowie Kommunikation unterwegs.
- Staatlich geprüfter Pharmareferent mit medizinischem Verständnis und der Fähigkeit, gesundheitliche Themen fachlich sauber, verständlich und ohne falsche Heilversprechen zu vermitteln.
- Zehn Jahre vertraglich ausdrücklich als Manager tätig; Erfahrung mit Schulungen, Kongressen, Außendienstprogrammen, Entscheidern und anspruchsvollen Gesprächssituationen.
- Dozent, Reisejournalist und Gesprächspartner auf Augenhöhe – kein gewöhnlicher Influencer und kein Verkäufer eines austauschbaren Standardseminars.

2.2 Das Markenversprechen

MARKENVERSPRECHEN

Für nahezu jedes typische Problem unterwegs gibt es einen nächsten sinnvollen Schritt. Wir helfen Menschen, ihn zu erkennen – persönlich, verständlich und mit Respekt vor ihrer individuellen Situation.

„Persönlich“ bedeutet nicht, rund um die Uhr eine medizinische, juristische oder finanzielle Einzelfallberatung zu versprechen. Es bedeutet: Menschen werden nicht mit einer Linkliste abgespeist. Sie erhalten Einordnung, Prioritäten, Entscheidungshilfen und klare Grenzen, wann professionelle Hilfe vor Ort erforderlich ist.

3. Warum Unternehmen mit NEW AGE 55+ TRAVELERS zusammenarbeiten sollten

Komm, ich nehm dich mit auf die Reise.

Unternehmen kaufen nicht einfach eine Leistung. Sie investieren in Vertrauen, Servicequalität, Kundenbindung, Kompetenz und Differenzierung.

Für mich ist das nicht einfach nur ein Job. Was zählt am Ende des Tages?

Das Gefühl der Zufriedenheit, einen guten Job gemacht zu haben.

Sprechen Sie mit mir. Wir entwickeln gemeinsam eine Lösung – und ein individuelles Angebot, das zu Ihrem Unternehmen und Ihren Kunden passt.

Problem im Unternehmen	Beitrag von NEW AGE 55+ TRAVELERS	Geschäftlicher Nutzen
Kunden fühlen sich in Störungen allein	Reale Szenarien, klare Handlungslogik und verständliche Vorbereitung.	Mehr Vertrauen, höhere Bindung, positivere Servicewahrnehmung.
Hotlines geben korrekte, aber lebensferne Antworten	Training aus Kundensicht: Was braucht der Mensch in diesem Moment wirklich?	Bessere Gesprächsqualität, weniger Eskalation, souveränere Mitarbeitende.
Angebote für 55+ wirken stereotyp	Ansprache erfahrener, aktiver und anspruchsvoller Reisender ohne Altersklischees.	Zugang zu einer kaufkräftigen Zielgruppe mit hoher Qualitätsorientierung.
Reiseinformationen sind fragmentiert	Gesundheit, Geld, IT, Kommunikation und Organisation werden verbunden.	Ein glaubwürdiges Gesamtangebot statt einzelner Tipps.
Marken suchen authentische Inhalte	Eigene Bilder, Erlebnisse, Anekdoten und journalistische Aufbereitung.	Unverwechselbarer Content statt Stockmaterial und KI-Einheitsstil.
Nachhaltigkeit bleibt abstrakt	Längere Aufenthalte, bewusste Auswahl, lokale Begegnungen und selbstbestimmte Planung.	Konkrete, erlebbare Nachhaltigkeit mit Qualitätsbezug.

3.1 Der entscheidende Unterschied

Viele Anbieter erklären ein einzelnes Produkt: eine Kreditkarte, eine Versicherung, eine App, ein Hotel oder eine Flugverbindung. NEW AGE 55+ TRAVELERS erklärt das Zusammenspiel. Genau dort entstehen in der Realität die meisten Probleme: Das Handy ist weg, darauf liegen Ticket und Banking-App, gleichzeitig ist die Karte gesperrt und der Zugang zur E-Mail nicht möglich. Eine isolierte Antwort reicht dann nicht.

Das Konzept denkt in Szenarien, Abhängigkeiten und Alternativen. Dadurch entsteht nicht nur Information, sondern Resilienz. Der Reisende weiß: Ich habe einen Plan B – und häufig auch einen Plan C.

4. Angebotsarchitektur

4.1 Kernformat: Travel-Intelligence-Impuls als Dozent

Das bevorzugte Format ist kein ganztägiges Seminar. Es ist ein konzentrierter, hochwertiger Dozentenimpuls von 120 Minuten: klar strukturiert, lebendig erzählt, mit realen Fällen, konkreten Handlungswegen und ausreichend Raum für Fragen.

Format	Leistung
45–60 Minuten Keynote	Emotionaler Einstieg, ausgewählte Schlüsselszenarien, klare Botschaft; geeignet für Kundenveranstaltungen, Führungskräfte-Events und Kongresse.
120 Minuten Dozentenformat	Kernangebot mit 90 Minuten Inhalt und rund 30 Minuten moderierter Fall- und Fragerunde.
120 Minuten Service-/Hotline-Masterclass	Training für Mitarbeitende anhand typischer Anrufe und konkreter Antwortlogiken.
Management-Briefing 60–90 Minuten	Entscheiderformat zu Zielgruppe 55+, Service-Lücken, Partnerchancen und Pilotdesign.
Redaktionelle Kooperation	Artikel, Substack-Premiuminhalte, Videos, Interviews, Reportagen und co-gebrandete Wissensformate.
Strategischer Pilot	Gemeinsam entwickeltes Angebot für eine definierte Kundengruppe, Destination oder Reisstrecke mit messbaren Ergebnissen.

4.2 Themenbibliothek

- Gesundheit und Vorsorge: Präventions-Check, Dauermedikation, Dokumente, Kühlung, Langstreckenflug, Thromboseprophylaxe und richtiges Verhalten bei Beschwerden.
- Zahlungsfähigkeit: Karte gesperrt, ATM zahlt nicht aus, Gebühren, dynamische Währungsumrechnung, Ersatzkarten, Bargeldreserve und getrennte Aufbewahrung.
- Digitale Resilienz: Handyverlust, gesperrte E-Mail oder Cloud, fehlendes Flugticket, Zwei-Faktor-Authentifizierung, Offline-Kopien und Wiederherstellungswege.
- Kommunikation: günstige Telefonie ins deutsche Festnetz, lokale SIM/eSIM, Kauf nicht automatisch am Flughafen, Messenger- und Kontakt-Redundanz.
- Souveräne Reiseorganisation: nur Hinflug, Stopover, Hotel zunächst für zwei Nächte, Front-Desk-Manager, Upgrade- und Verlängerungsstrategie.
- Mobilität vor Ort: Fahrdienste wie Uber oder Grab als individuelle Alternative zu starren Tagesausflügen; Chancen, Grenzen und Sicherheitsregeln.
- Dokumente und Notfallstruktur: Welche Unterlagen digital, offline und physisch mitgeführt werden sollten und wer im Ernstfall Zugriff erhält.
- Erlebnis und Lebensqualität: Reisen als Begegnung, Selbstbestimmung, Erinnerung und Quelle neuer „Bonuspunkte“ im Leben.

4.3 Didaktischer Aufbau jedes Dozentenformats

- Ankommen: ein reales Szenario, das sofort zeigt, warum das Thema relevant ist.
- Einordnen: Was ist das eigentliche Problem – und welche Abhängigkeiten werden häufig übersehen?
- Handeln: konkrete Prioritäten, Alternativen und der nächste sinnvolle Schritt.
- Erleben: Anekdoten und persönliche Erfahrungen, damit Wissen im Gedächtnis bleibt.
- Übertragen: Was bedeutet das für Gäste, Kunden, Mitarbeitende oder die eigene Reise?
- Fragen: persönliche Fälle werden moderiert eingeordnet; Grenzen zu Fachberatung und Notfalldiensten bleiben klar.

5. Partnerkonzepte

5.1 Premium-Hotels

Premium-Hotels verkaufen nicht nur ein Zimmer. Sie verkaufen Vertrauen, Aufmerksamkeit und das Gefühl, auch dann gut aufgehoben zu sein, wenn eine Reise nicht nach Plan läuft. Genau hier passt ein Angebot, das erfahrene Premiumreisende nicht über ihr Alter, sondern über Anspruch, Souveränität und Lebensqualität anspricht.

PILOTIDEE

„Souverän reisen. Besser ankommen.“ – ein 120-minütiger Travel-Intelligence-Abend für Gäste eines ausgewählten Premium-Hotels, ergänzt durch ein kompaktes digitales Reise-Notfall-Dossier.

- Gastveranstaltungen in ausgewählten Premium-Hotels, zunächst als klar begrenzter Pilot in Deutschland.
- Schulung für Front Office und Guest Relations: schwierige Reisesituationen erkennen, richtig einordnen und kundenorientiert weiterleiten.
- Redaktionelle Serie „Erfahrung, die unterwegs zählt“ für Newsletter, Gästekommunikation oder das digitale Magazin des Hotelpartners.
- Hotel-Perspektivcheck durch einen erfahrenen Premiumgast: Welche Details schaffen echte Souveränität – und welche Prozesse wirken nur auf dem Papier gut?
- Später: Übertragung auf weitere Häuser und gemeinsame Inhalte für Europa und Asien.

Warum Premium-Hotels profitieren: Das Konzept verbindet Premium-Hospitality mit einem zusätzlichen Gefühl von Sicherheit und persönlicher Fürsorge. Es kann Gäste binden und Mitarbeitenden eine Perspektive vermitteln, die klassische Prozessschulungen selten erreichen.

5.2 Kreditkartengesellschaften: Visa, Mastercard und kartenausgebende Banken

Zahlungsfähigkeit ist unterwegs keine Nebensache. Sie ist Teil der persönlichen Sicherheit. Kreditkartengesellschaften wie Visa und Mastercard sowie kartenausgebende Banken verfügen über Hilfen, die im Ernstfall entscheidend sein können. Doch der Kunde braucht nicht nur einen Servicehinweis. Er braucht eine

verständliche Reihenfolge: Was ist jetzt zu tun, welche Alternative funktioniert und wie bleibt er bis zur Lösung handlungsfähig?

PILOTIDEE

„No Money? Handlungsfähig bleiben.“ – co-gebrandetes 120-Minuten-Format zu Kartenproblemen, ATM-Kosten, Betrugsprävention, Backup-Zahlungswegen und digitaler Wiederherstellung.

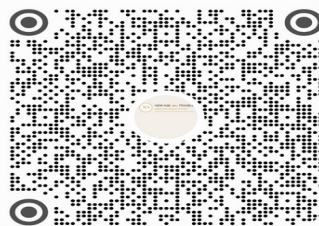
- Kartenwissen aus der Lebenswirklichkeit erklären: Was tut ein Kunde zuerst, wenn Karte, Smartphone oder Banking-App gleichzeitig ausfallen?
- Hotline-Training: nicht nur sperren und ersetzen, sondern den reisenden Menschen durch die nächsten praktischen Schritte führen.
- Co-gebrandete Checklisten, Videos und Premiumartikel für erfahrene Reisende.
- Feedback aus der Zielgruppe 55+ zu Verständlichkeit, Sicherheitsgefühl und Nutzbarkeit bestehender Reiseangebote.

Geschäftlicher Nutzen: bessere Nutzung vorhandener Services, stärkere Kundenbindung, weniger Hilflosigkeit in Ausnahmesituationen und glaubwürdige Positionierung rund um sicheres, digitales und inklusives Reisen.

NÄCHSTER SCHRITT

Kein unverbindliches „Man müsste mal“. Wir starten mit einem klar begrenzten Pilot: ein Partner, eine Zielgruppe, 120 Minuten und ein Ergebnis, das sich messen lässt.

NEW AGE 55+ TRAVELERS
Wolfgang Gogoll



Scanne den QR-Code, um diesen Kontakt
hinzuzufügen.