

# Erinnerung inklusive

Marion Aliabadi gestaltet maßgeschneiderte Reisen – bis in den Weltraum



**D**ie letzten Meter auf dem Weg zu Marion Aliabadi können verwirrend sein. Zwar ist unübersehbar „Design Reisen“ am Eingang ihres Ladengeschäfts unweit des Münchner Odeonsplatzes zu lesen, doch erst einmal findet man sich zwischen meterhohen

Weinregalen wieder. Gut tausend Flaschen lagern dort. Aus den Spitzenregionen Europas, wie sich auf den zweiten Blick feststellen lässt, von Weingütern wie Wittmann, De Sousa, Manincor und Terroir al Límit. „Meine Weinbibliothek“ nennt die Geschäftsführerin das Entrée zu ihrem Conceptstore.

Ein paar Schritte und Stufen weiter, im Zwischengeschoss, befindet sich ein kleines Bistro, die „Eve Kitchen Lounge“. Täglich bereiten dort Köche am offenen Herd ebenso leichte wie frische Speisen zu. Wie gut man dort essen kann, hat sich inzwischen herumgesprochen: Ohne Reservierung ist kaum ein Platz zu bekommen. Nochmals ein paar Stufen hinauf, dann ist man im Herzstück von Aliabadis Cityloft angelangt, der

Reiselounge. Und hat auf dem Weg dorthin die wichtigste Botschaft ihrer Geschäftsidee bereits verstanden: Hier geht es um Genuss. Und um Erlebnisse, die sich von den üblichen Luxusangeboten ein wenig unterscheiden.

Die 44-Jährige hat sich darauf spezialisiert, Reisen zu gestalten, die ganz auf die individuellen Wünsche und Bedürfnisse

## SIEGERLISTE

Rund zweieinhalbtausend Kunden buchen pro Jahr bei Design Reisen. Das erscheint nicht besonders viel, belegt aber den überaus exklusiven Anspruch des Reisespezialisten. Immer größer wird die Nachfrage nach Gruppenreisen und Incentive-Aktivitäten: Geburtstagsfeiern in Gourmethotels, Luxus-Skisafaris entlang der italienisch-schweizerischen Grenze, Mountainbike-Touren durch Colorado oder Helikoptertrips in Australien, in deren Mittelpunkt Tierbeobachtung und Weinverkostungen stehen. Selbst ausgefallene Wünsche, etwa bei einem Reitturnier neben einem Star zu sitzen, bemühen sich Marion Aliabadi und ihr Team zu erfüllen.

ihrer Kunden zugeschnitten sind. Reisen an die schönsten Orte der Welt, die alle Sinne ansprechen und bereits bei der Vorbereitung Hochgefühle garantieren. Reisen zu Destinationen wie die „Otahuna Lodge“ im Süden Neuseelands, ein altes Herrenhaus aus dem 19. Jahrhundert. Nach Laucala Island, eine kleine Pazifikinsel, die zu den Fidschis gehört und auf der die kleinste Villa 450 Quadratmeter Platz bietet. Oder ins „Chem Chem“ im Tarangire-Nationalpark, ein atemberaubendes Camp im Norden Tansanias inmitten spektakulärer Natur. Design Reisen hat Schiffsreisen im Programm wie die mit der luxuriösen „Zambezi Queen“ auf dem Grenzfluss Chobe zwischen Botswana und Namibia, Rundreisen und Kreuzfahrten. Und wenn gewünscht,

organisiert man auch eine Ballonfahrt für zwanzig Freunde über der namibischen Wüste. Reisen, deren Luxus sich nicht in marmornen Bädern erschöpft, sondern darin besteht, einzigartige Momente zu schaffen, Augenblicke und Erlebnisse, die in Erinnerung bleiben. „Die Erinnerung“, zitiert Aliabadi dazu den Schriftsteller Jean Paul, „ist das einzige Paradies, aus dem wir nicht vertrieben werden können.“ Diesem Anspruch folgen auch Aliabadis *Travelbooks*: schön und aufwendig gestaltete Bände, die Lust machen, sofort aufzubrechen und alles hinter sich zu lassen. Die Einbände zieren zwei zartgefederte Wesen. Sie stehen für die Paradiesvögel, die nach der Vertreibung von Adam und Eva als Boten zwischen dem Garten Eden und den Menschen zurückblieben, von dort zu den Menschen flogen und vom Ort der Vollkommenheit und seiner Schönheit kündeten. Der Claim, mit dem Design Reisen wirbt, erscheint da nur konsequent: „Connection to Paradise“.

„Für unsere Kunden sind wir so etwas wie Concierges“, sagt Aliabadi. Rund tausend der besten Adressen in 70 Ländern hat sie bereits selbst inspiziert. Ihre 23 Mitarbeiter sind unermüdlich in der Inselwelt des Südpazifiks, in Asien, Afrika und Amerika und natürlich in Europa unterwegs, um Kontakte zu Hoteliers zu pflegen, neue Angebote zu recherchieren, Ideen zu diskutieren, ihre Kunden mit Neuigkeiten auf dem Laufenden zu halten und einzigartige Traumreisen zusammenzustellen. In den *Travelbooks* sind ausschließlich Hotels und Erlebnisse verzeichnet, die Mitarbeiter selbst getestet haben und über die sie aus eigener Anschauung erzählen können. Ein Service, der bei Reisen, die durchschnittlich 12000 Euro pro Woche kosten, nicht übertrieben scheint.

Die Lust am Reisen hat Aliabadi schon als Kind entdeckt. Als junges Mädchen wuchs die Münchnerin eine Zeitlang auf der Karibikinsel Curaçao auf. Gemeinsam mit ihrem Vater erforschte sie die interessantesten und attraktivsten Gegenden der Insel. „Die Reisegene und den Instinkt für individuelle Trips habe ich von ihm geerbt. Er hat mich mitgenommen, wenn er Touristen die weniger bekannten Plätze auf Curaçao zeigte. Ich bemerkte ziemlich schnell, dass diese Art zu reisen das ist, was sich die Menschen wünschen“, erklärt sie. Und so

machte sie gleich nach dem Abitur eine Ausbildung bei einem Karibik-Veranstalter, der auf hochwertige Reisen spezialisiert war. Im Anschluss baute sie bei zwei Münchner Anbietern die Abteilungen für Deluxe-Reisen auf. 2001 gründete sie ihr eigenes Unternehmen. Einer ihrer damaligen Kunden war Starfriseur Gerhard Meir, in dessen Salon „Le Coup“ noch Räume frei waren.

Meir überzeugte sie, ihr Büro von dort aus als Untermieterin zu betreiben. Reisen und Beauty entpuppte sich als gewinnbringende Symbiose. Eine Reihe von Meirs Klienten wurden zu ihren weiteren Kunden. 2009 schließlich zog sie um und eröffnete mit ihrem Mann den Conceptstore.

Ihr bislang größter Coup bahnte sich 2006 an: Auf einer Messe lernte sie Sir Richard Branson kennen. Sie verstanden sich auf Anhieb miteinander, und nach ein paar Recherchen vereinbarten sie eine Kooperation. Aliabadi vertreibt seither im deutschsprachigen Raum Virgin Galactic-Flüge – Reisen in den Weltraum. 250000 Dollar kostet der Ausflug ins All, sechs Trips hat sie inzwischen verkauft. Der Start des „SpaceShipTwo“ erfolgt horizontal in 15 Kilometer Höhe vom Rücken eines Trägerflugzeugs aus. In 90 Sekunden katapultiert ein Raketentriebwerk das Spaceship in 110 Kilometer Höhe, perfekt, um den Erdball bläulich glänzen zu sehen. Dann beginnt der Sinkflug durch sechs Minuten Schwerelosigkeit.



**SCHWERELOS** Oben: Auf 440 Quadratmetern bietet Marion Aliabadis Conceptstore erstklassige Weine, feine Küche und exklusive Reisen an. Unten: Sir Richard Bransons „SpaceShipTwo“ – auch einen Ausflug ins All hat Design Reisen im Angebot, 250000 Dollar kostet der 2-Stunden-Trip.

Aliabadi wälzte monatelang Fachbücher, besuchte Schulungen und absolvierte Prüfungen. „Ich habe sogar physikalische Begriffe auf Englisch gepaukt.“ Schließlich der finale Test: ein Schleudergang in einer Zentrifuge. Branson, berichtet sie, habe beim ersten Mal vor Glück geschrien. Ihr sei es ähnlich ergangen.

Trotz dieses Abenteuers: Die tiefsten Glücksgefühle erfährt sie noch immer auf der Erde. Als sie vor kurzem vom Helikopter aus die Gletscher und Täler Neuseelands in klarstem Licht sah, sogar die Fische in den Flüssen erkennen konnte, kamen ihr die Tränen. Die Stille empfand Aliabadi wie eine Umarmung der Natur. „Auch Afrika bietet diese Ruhe“, sagt sie, „die Sounds of Silence in Namibia, Tansania oder Botswana zu erleben, das ist für mich der größte Luxus. Das ist das größte Glück, das man heutzutage finden kann.“

ALEXANDER WISCHNEWSKI