

EINE IDEE REIST UM DIE WELT

10 Jahre Indigourlaub. Die Linzer Tourismusexpertin Sonja Miko hat mit einer Riesenportion Mut und dem unbeirrbaren Glauben an ihre Vision einen Spezial-Reiseveranstalter gegründet, der bis heute einmalig in Österreich ist. Weltweite Themenreisen für Yoga, Ayurveda, Kreativität, Persönlichkeitstraining und Gesundheit sind ihr Schwerpunkt.

Text: Christine Radmayr

Lust auf eine Themenreise wie „Yoga und Detox auf Mallorca“ oder „Lebe dein Potenzial – Qigong und Mentaltraining“? – Dann lohnt es sich, im Indigourlaub-Katalog zu schmökern. Vor zehn Jahren sagte Sonja Miko dem Massentourismus ade, verwirklichte ihre Vision und wurde Veranstalterin von besonderen Themenreisen. „Natürlich gab es schwierige Zeiten. Bis die Marke ‚Indigourlaub‘ bekannt war, dauerte es Jahre. Ich habe kein Reisebüro, berate online, per Telefon und verschicke die Kataloge. Von 20 Reisenden 2006 mauserte sich die Firma auf 1.030 Urlaubende im Vorjahr. Ich bin mehr als zufrieden“, freut sich Sonja Miko. Die 43-Jährige hat nach der Tourismusfachschule bei verschiedenen Reiseveranstaltern im In- und Ausland gearbeitet, bevor sie sich für ihren eigenen und individuellen Weg entschied.

Männer mögen Ayurveda

„Ein Qigong-Wochenende gab den Ausschlag zur Neuorientierung. Weil zwei Tage zu wenig sind, um nachhaltig etwas pro-

Mit Bogenschießen und Yoga erholt sich die Reiseveranstalterin von stressigen Zeiten.



fitieren zu können, begann ich Gesamtpackages zu Themen zu schnüren, wo Urlaubsort, Trainer, Verpflegung und Atmosphäre stimmig sind.“ 70 Stunden und mehr arbeitete die Alleinerzieherin anfangs pro Woche. Geld für eigene Urlaube fehlte. „Heute arbeite ich immer noch 60 Stunden, leiste mir aber wieder Auszeiten. Mein Glaube an die Idee und die motivierenden Rückmeldungen der Kundinnen – zu 80 Prozent ist das Klientel weiblich – hielten mich während der Durststrecken aufrecht.“ Seit 2012 hat Miko eine Mitarbeiterin und gerade einen zweiten Katalog mit Ayurveda-Reisen herausgebracht. „Die werden auch von Männern gerne gebucht“, schmunzelt Miko. Die Kunden kommen zu je 45 Prozent aus Österreich und Deutschland, zu 10 Prozent aus der Schweiz.

Fern der Masse

Vor allem Frauen zwischen 35 und 55 nutzen die Spezialurlaube. Miko unterscheidet drei Hauptkundengruppen: Selbstständige und Frauen in gehobenen Positionen, die sehr gefor-