

Kulinarischer Tourismus - eine Betrachtung des neuen Trends hinsichtlich des Nachfragepotentials für kulinarische Reisen am Beispiel von Slow Tour



Einige Reisen ins Ausland boten mir Gelegenheit, Geographien zu kosten, verschiedene Erden und Himmel zu schlürfen, von fernen Gegenden und Sitten geprägte Düfte und Würzen schätzen zu lernen. (...)

Ein Land sehen genügt nicht; man muss es auch hören und schmecken, es durch alle Poren in sich eindringen lassen.

Der Körper ist der einzige Zugang zur Erkenntnis. Grimod de la Reynière hat sehr gut gezeigt, dass nur eine Geographie der Feinschmeckerei nicht langweilig ist.

Michel Onfray,
Versuch einer alimentären Autobiographie

MASTERARBEIT

zur Erlangung des Grades „Master of Arts“



Kulinarischer Tourismus – eine Betrachtung des neuen Trends hinsichtlich des Nachfragepotentials für kulinarische Reisen

am Beispiel von Slow Tour

Vorgelegt von

Marie-Luise Kisters (Dipl. Ing. Landschaftsentwicklung)

Immatrikulationsnummer: 620 604

Erstgutachter: Prof. Dr. Hartmut Rein

Zweitgutachter: Prof. Dr. Wolfgang Strasdas

Northeim, 31.10.2008

Kurzfassung

Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem Kulinarischen Tourismus als einer Erscheinungsform des Kulturtourismus. Damit sind Reisen gemeint, bei denen das Interesse für Esskultur, regionale Produkte und ihre Produktionsweise ein zentrales Urlaubsmotiv von Reisenden darstellt.

Mit dieser Arbeit liegt ein erster ausführlicher Entwurf vor, der den Kulinarischen Tourismus sowie den Trend dazu untersucht. Eine umfassende Analyse zu den Themen Kulinarik und Tourismus wird durch die Auswertung der Online-Befragung von Slow Food-Mitgliedern im Hinblick auf Aussagen zum Nachfragepotential sowie zur Produktgestaltung kulinarischer Reisen unterstützt.

Im zweiten Kapitel wird aufgezeigt, aus welchen Entwicklungen dieser Trend gespeist wird und welche Vorteile sich für Regionen, vor allem in ländlichen Räumen ergeben, wenn sie diesen Bereich in ihr Konzept integrieren. Außerdem wird die vielschichtige Bedeutung von Essen und Ernährung in unserer Kultur dargelegt.

Da es sich bei dieser Thematik um ein relativ neues Forschungsfeld mit geringen Datengrundlagen handelt, musste eine eigene Definition für dieses touristische Segment entwickelt werden. Anhand vielfältiger Beispiele wird die touristische Angebotsvielfalt im Kulinarischen Tourismus dargelegt.

Bezogen auf den gesamten Tourismus stellt der Kulinarische Tourismus im engeren Sinne ein Nischensegment dar, dessen Größe - bezogen auf Veranstalter und Teilnehmerzahl - sich gegenwärtig nicht bestimmen lässt. Ausgehend von dem Nachfragepotential im Allgemeinen kann allerdings festgestellt werden, dass 78% der Deutschen im Urlaub mehr oder weniger häufig „landestypische Spezialitäten“ konsumieren. Aufgrund dieser hohen Anzahl an Spezialitäten-Genießern im Urlaub ist es nur verständlich, dass immer mehr Tourismusorganisationen regionale Produkte und Küche zu einem eigenen Themenschwerpunkt im Marketing ausbauen und in diesem Bereich ein Zukunftsthema im Tourismus sehen.

Vertiefend wird in Kapitel 3 der Slow Food Trend und seine Verbindung zum Tourismus untersucht. Ganze Städte und Regionen haben bereits die Slow Food-Philosophie aufgegriffen, erweitert und auf ihren Raum projiziert. Miteinander gemein haben sie, dass sie dem kulinarischen Aspekt verstärkt Beachtung schenken.

Der Slow Travel Trend, der ebenfalls ein „Kind“ der Slow Food- Bewegung ist, wird nach dem WTM Global Trends Report vor allem in westeuropäischen Ländern an Bedeutung gewinnen. Diese Art der Urlaubsgestaltung passt gut zu kulinarischen Reisen, denn auch hier steht das bewusste Genießen in Verbindung mit idyllischen Landschaften im Vordergrund.

Die empirische Untersuchung im Kapitel vier präsentiert die Ergebnisse der empirischen Untersuchung. Anhand der Online-Befragung wird bestätigt, dass besonders bewusst genussorientierte Konsumenten ein Interesse an kulinarischen Reisen aufweisen.

Ingesamt 93% der befragten Personen äußerten ein Interesse an einer Slow Tour als Reiseangebot - unter der Voraussetzung, dass ihre genannten Produkthanforderungen erfüllt werden.

Auf der Grundlage des theoretischen Teils sowie den Ergebnissen der Online-Befragung werden schließlich Anforderungen an die Produktgestaltung von kulinarischen Reisen am Beispiel von Slow Tour formuliert.