

Zusammenfassung & Abstract

Ferien ohne Internet.

Angebotsanalyse

und

**das Entwicklungspotenzial von
suffizienzanregenden Tourismusformen**

Masterarbeit

zur Erlangung des Grades eines „Master of Arts“ (M.A.)

an den Fachbereichen Nachhaltige Wirtschaft und

Landschaftsnutzung und Naturschutz

im Masterstudiengang „Nachhaltiges Tourismusmanagement“

der

Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH)

vorgelegt von

Hannah Schwamborn

Erstgutachterin: Prof. Dr. Claudia Brözel

Zweitgutachter: M.Sc. Pascal Bieri

Berlin, den 03. November 2014

Zusammenfassung

Hintergrund Mobile Endgeräte, wie Smartphones und Tablets, verändern seit einigen Jahren die Kommunikation und begünstigen eine immer stärkere Vermischung von Arbeits- und Freizeit, was den Erholungswert eines Urlaubs negativ beeinflusst. Vor diesem Hintergrund entwickelten touristische Unternehmen „Ferien ohne Internet“-Angebote (FoI), die Touristen dazu bringen sollen, ihre mobilen Endgeräte und das Internet während des Aufenthalts nicht zu nutzen. Ausgehend davon, dass sich Touristen bewusst und freiwillig zur Buchung dieser selbstbeschränkenden Tourismusform entscheiden, können Parallelen zur Suffizienzstrategie gezogen werden.

Ziel Da FoI und suffizienzanzregende Tourismusformen bisher nicht wissenschaftlich betrachtet wurden, beschreibt und definiert die vorliegende Arbeit die beiden Konzepte. Zudem wurde analysiert, inwieweit FoI die Entwicklung suffizienzanzregender Tourismusformen fördert.

Methodologie Um FoI definieren zu können, wurde eine intensive Onlinerecherche zu den Angeboten auf dem deutschsprachigen Markt (Deutschland, Österreich, Schweiz) durchgeführt. Die Suffizienzstrategie wurde mithilfe einer Literaturrecherche definiert und auf die Tourismusindustrie übertragen. Das Issues-Lebenszyklusmodell von Ingenhoff und Röttger (2013: 472) wurde dann ausgewählt, um zu analysieren, wie sich FoI entwickeln werden und welchen Einfluss sie auf suffizienzanzregenden Tourismusformen haben könnten. Neun qualitative Interviews mit FoI-Anbietern, die im Zeitraum vom 31.07. bis 09.09.2014 durchgeführt wurden, lieferten zudem Einblicke in die Angebotsstrukturen und die anbieterseitige Einschätzung zur touristischen Suffizienzentwicklung.

Ergebnisse Seit 2011 haben sich auf dem deutschsprachigen Tourismusmarkt 16 FoI-Angebote etabliert, die sich primär an Manager und internetaffine Touristen richten. Dabei lieferte die Schweiz Tourismus Kampagne „Ferien ohne Internet“ den Ausgangspunkt im analysierten Markt. Die Angebote zeichnen sich durch unterschiedliche Intensitätsgrade aus, die von der freiwilligen über die geforderte Abgabe der Geräte bis hin zur nicht vorhandenen Telekommunikationsanbindung der Destination reichen. Die Experten rechnen damit, dass die Anzahl an FoI-Angeboten ansteigen wird, es jedoch ein Nischenprodukt bleiben wird. Zwar bestehe mediales Interesse an FoI, die Nachfrage sei aber derzeit verhalten. Das Suffizienzkonzept ist weitestgehend unbekannt bei den Anbietern, dennoch werden vor allem im Transport-, Aktivitäten- und Kulinarikbereich Anknüpfungspunkte für suffizienzanzregende Tourismusformen erkannt.

Fazit FoI stellen einen Ausgangspunkt für suffizienzanzregende Tourismusformen dar, da sich Touristen freiwillig und bewusst zur Einschränkung ihrer Handlungsoptionen im Urlaub entscheiden. Um diese Tourismusform jedoch zu etablieren, muss zunächst ein gesellschaftlicher und politischer Diskurs zur Nutzung mobiler Endgeräte erfolgen und die Suffizienzstrategie hierdurch einen größeren Bekanntheitsgrad sowie eine stärkere gesellschaftliche Zustimmung erfahren.

Schlagnworte Digital Detox, Ferien ohne Internet, Issues Management, Issues-Lebenszyklusmodell, Offline-Urlaub, suffizienzanzregender Tourismus, Suffizienz im Tourismus

Abstract

Purpose Mobile terminals, such as smartphones and tablets, have changed the way of communication in recent years and blurred the borders between work and private life so that the recreational value of holidays is negatively influenced. Against this backdrop, tourism businesses have developed “Vacations without Internet”-offers (VwI) that ask tourists to not use their mobile terminals and the internet during their holidays. Assuming that tourists deliberately and voluntarily book these self-restricting tourism offers, parallels to the sufficiency strategy can be drawn.

Objective Since VwI and sufficiency motivating tourism have not been discussed scientifically so far, these two concepts were described and defined firstly. Furthermore, the author analysed in how far VwI can support the development of sufficiency motivating tourism.

Methodology To define VwI, intensive online research on the available offers in the German-speaking market (Germany, Austria and Switzerland) has been conducted. With the help of a literature analysis, the sufficiency strategy was described and applied to the tourism industry. The issues life cycle model by Ingenhoff and Röttger (2013: 472) then was chosen to analyse how VwI may develop in the future and how it might influence sufficiency motivating tourism structures. Furthermore, nine qualitative interviews with VwI-experts have been conducted in the period from 31.07. to 09.09.2014. Those interviews gave insights into the structures of the offers and the providers’ assessment of the future development of sufficiency motivating tourism.

Findings Since 2011, 16 VwI-offers that mainly target managers and internet-affine tourists have been introduced to the German-speaking tourism market. The “Vacations without Internet” campaign of Switzerland Tourism has been the starting point for this development in the analysed market. The offers are characterised by various degrees of intensity, ranging from voluntary to demanded submission of mobile terminals to nonexistent mobile connections at the destination. The experts reckon that a growing number of VwI-offers will establish themselves in the tourism market, but will remain a niche product. Even though media coverage on the topic has been quite high in the last months, the current market demand is restrained. The concept of sufficiency is widely unknown among the offerors. However, transport, activities and culinary options of tourism offers have been identified as connecting factors for sufficiency motivating tourism.

Conclusion Findings VwI are a starting point for sufficiency motivating tourism since tourists voluntarily and consciously decide to limit the courses of action of their holidays. Nevertheless, a societal and political dialogue concerning the usage of mobile terminals has to be led first before this form of tourism can proliferate. Also, the sufficiency concept has to be made more popular in society at large and has to gain a wider societal acceptance.

Keywords digital detox, issues management, issues life cycle model, offline holidays, sufficiency in tourism, sufficiency motivating tourism, vacations without internet