

ERFAHRUNGSTOURISMUS UND NEUE TOURISMUSDIMENSIONEN NACH DEM COVID-19



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Elisa Meglioli

CISET - Internationales Zentrum für Studien über die
Tourismuswirtschaft

Code n. M1 Einheit3
SU1



Zusammenfassung

Übersicht

Ziele und Aufgaben
Was Sie lernen werden -
LO
Schlüsselwörter und
Begriffe
Hintergrund

Schließender Abschnitt

Um Ihr Lernen
fortzusetzen
Liste der Referenzen
Namen der Autoren &
Credits

Abschnitt 1

Erlebnistourismus und neue Dimension nach COVID

Eintauchen in das
Thema
Externe Ressourcen

Abschnitt 2

Offene Fragen & Tipps

Offene Fragen & Reflexion
Tipps
Die wichtigsten Erkenntnisse



Zusammenfassung und Ziele

Das Ziel dieser Präsentation ist es:

- Dass Sie Erfahrung und Erlebnistourismus so definieren, wie sie von den Touristen selbst wahrgenommen werden;
- Dass Sie operative Hinweise für die Schaffung von Erfahrungen geben können;
- Dass Sie die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Tourismussektor erörtern können;
- Dass Sie reflektieren können, wie sich die COVID-19-Pandemie auf den Erlebnistourismus auswirken könnte.



Was Sie lernen werden (Lernergebnisse)

Am Ende dieser Präsentation werden Sie in der Lage sein:

- Zu verstehen, wonach Erlebnistouristen suchen;
- Erfahrungen und erlebnisorientierte Aktivitäten zu schaffen;
- Die wichtigsten Trends, die die Erholung des Tourismus nach COVID-19 vorantreiben werden, zu kennen.

Schlüsselwörter und Begriffe

Erlebnistourismus oder Erlebnistourismus

Eine Form des Tourismus, die auf Erfahrungen basiert, die Touristen während ihres Urlaubs machen.

COVID-19-Pandemie

Die Notsituation wirkt sich stark auf den Tourismussektor aus und fördert neue Trends, die die Erholung vorantreiben sollen.



Hintergrund

"Erfahrung" und "Erlebnis" sind zwei im Tourismussektor weit verbreitete Begriffe, aber es gibt keine eindeutige Definition, was diese Begriffe bedeuten.

Mit Hilfe eines nachfrageseitigen Ansatzes werden wir verstehen, wonach Erlebnistouristen suchen und welches die wichtigsten Merkmale eines Erlebnisses sind.

Sie werden wissen, wie man Produkte attraktiver gestaltet und erlebnisorientierte Aktivitäten organisiert.

Auf der anderen Seite werden wir die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie diskutieren und darüber nachdenken, wie sich die Veränderungen auf den Erlebnistourismus auswirken könnten.



ABSCHNITT 1

Erlebnistourismus
und neue
Dimension nach
COVID



Tourismus und COVID-19:

Die COVID-19-Pandemie wirkt sich stark auf den Tourismussektor aus, und ihre Folgen werden den Tourismus auch in den kommenden Jahren beeinflussen.

Nach Angaben der UNWTO - Welttourismusorganisation, 2020 registriert:

-73%	-1,3 Billionen
International	der Ausfuhr
Touristenankünfte	Tourismuseinnahmen

Was können wir dann erwarten?

Aus **quantitativer Sicht** sehen die meisten Experten eine Rückkehr des internationalen Tourismus nicht vor 2023.

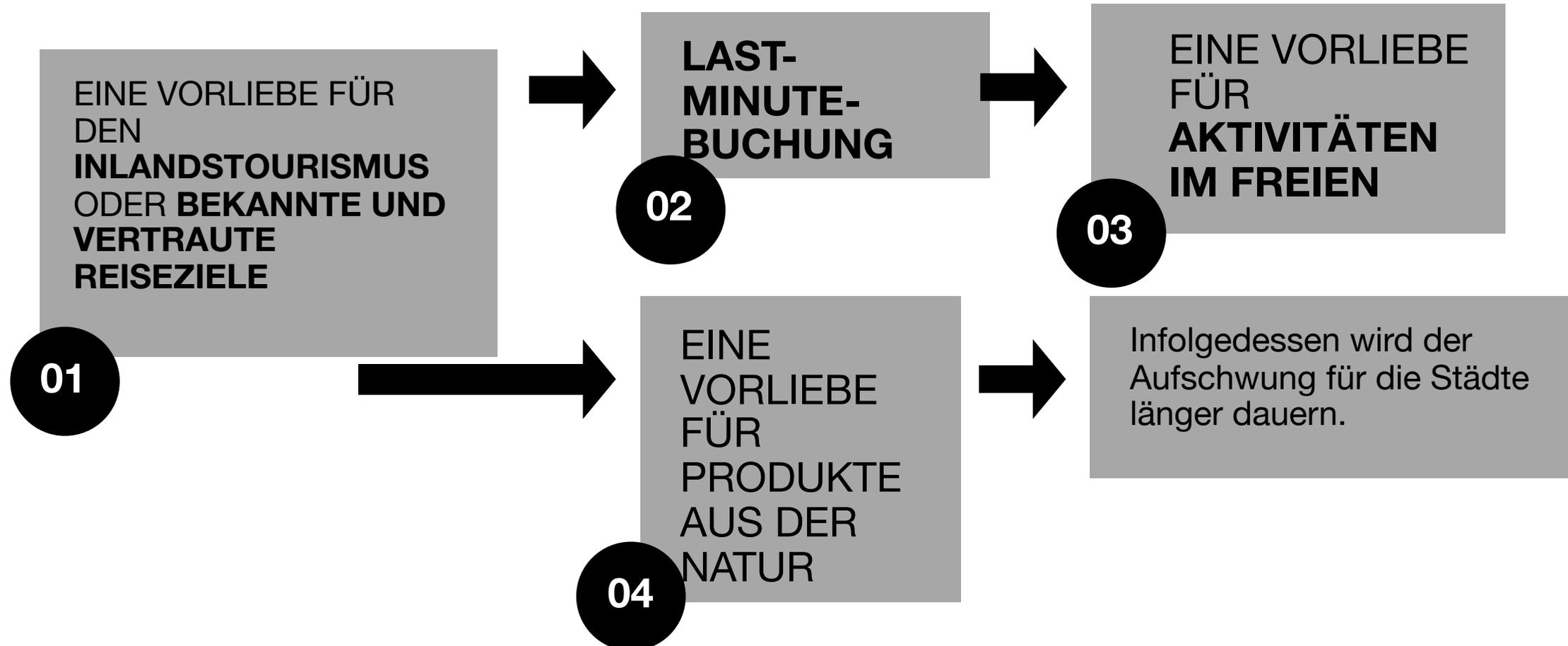
Dies ist abhängig von:

- dem Tempo der Einführung der Impfung;
- der Koordinierung der Reiseverfahren zwischen den Ländern;
- der wirtschaftlichen Folgen dieser Situation.



Wichtigste Trends im Tourismus nach COVID-19: kurz- bis mittelfristige Auswirkungen

Nach Ansicht von Experten sind einige Trends zu erwarten, die den Aufschwung kurz- bis mittelfristig vorantreiben werden, z. B.:



Wichtigste Trends im Tourismus nach COVID-19: längerfristige Auswirkungen

Verschiedene Studien und Marktanalysen zeigen einige Trends auf, die längerfristige Auswirkungen haben werden. Die meisten davon waren bereits vor der Pandemie vorhanden, auch wenn erwartet wird, dass sie durch die Pandemie noch beschleunigt werden:

DIGITALISIERUNG



WIRTSCHAFTS- LÜCKE



NACHHALTIG- KEIT



GESUNDHEIT UND SICHERHEIT





DIGITAL- ISIERUNG

Virtuelle Führungen, Chatbots, selbständiges Ein- und Auschecken wurden von den Unternehmen eingeführt, um den Verbrauchern sicherere Dienstleistungen zu bieten, und dieser Trend dürfte sich mit der zunehmenden Verbreitung von Automatisierung, kontaktlosen Zahlungen und Dienstleistungen fortsetzen.

SICHERHEIT UND HYGIENE

Dies wird bei der Wahl des Reiseziels und der Aktivitäten an erster Stelle stehen. Die Menschen werden wahrscheinlich eine "private Lösung" bevorzugen, um den physischen Kontakt mit Fremden zu begrenzen und sich sicherer zu fühlen.

WIRTSCHAFT- LICHE LÜCKE

Diese Situation wird zu einer zunehmenden Ungleichheit zwischen den Verbrauchern führen: Arbeitnehmer, die von zu Hause aus arbeiten konnten, behielten ihren Arbeitsplatz und ihr Einkommen und häuften Ersparnisse an. Andere hingegen verloren ihren Arbeitsplatz und ihr Einkommen.

Erfahrungs- und Erlebnistourismus

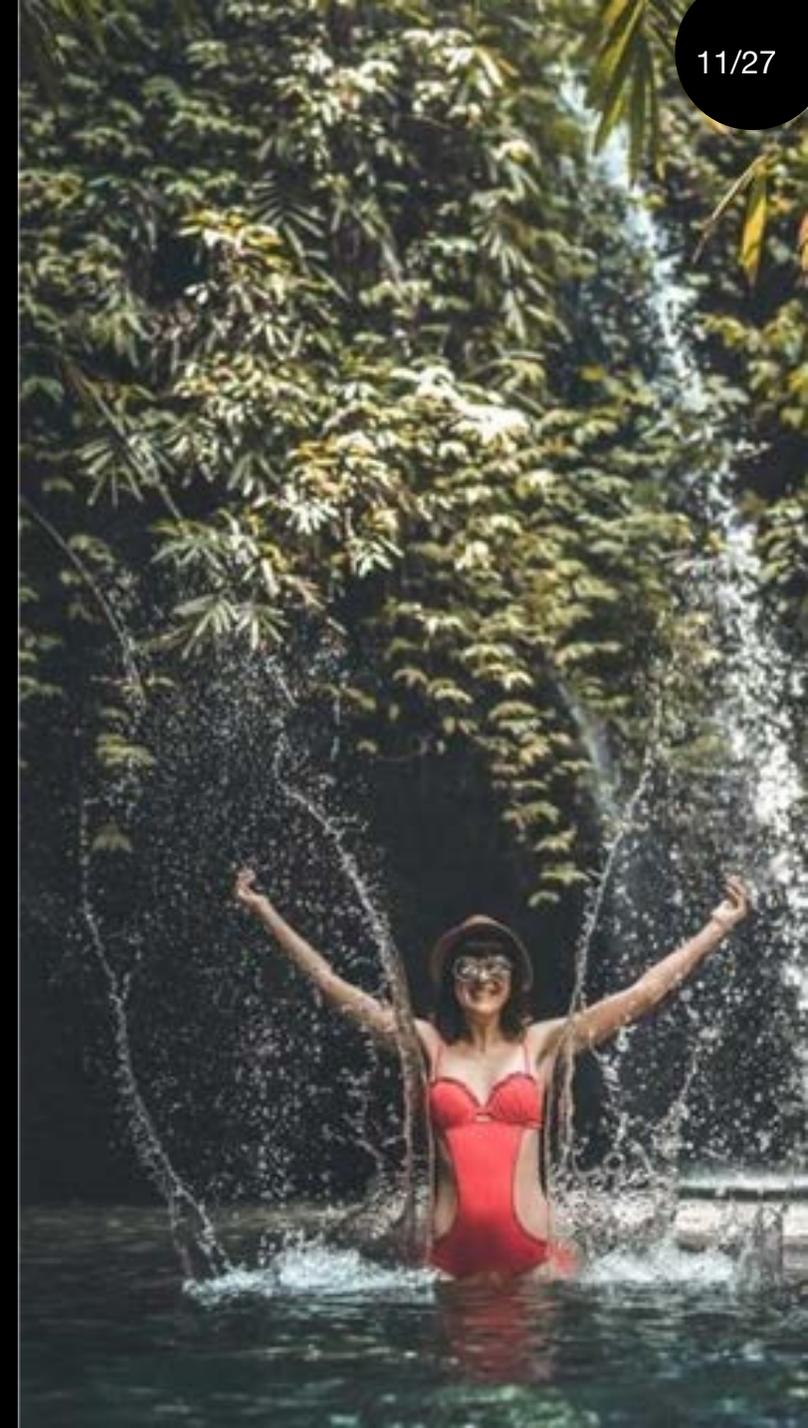
Wie man sieht, sind "Erfahrung" und "Erlebnis" zwei Begriffe, die im Tourismussektor weit verbreitet sind, aber es gibt keine klare und gemeinsame Definition, was diese Begriffe bedeuten.

Mit Hilfe eines nachfrageseitigen Ansatzes (**direkte Befragung von Touristen**) führte Ciset eine **Untersuchung** durch, um zu verstehen, was Touristen selbst als erlebnisorientiert empfinden.

WIE?

- ❖ Durch eine Online-Umfrage;
- ❖ Die Verbreitung erfolgt hauptsächlich über soziale Netzwerke;
- ❖ Fast 200 Antworten wurden gesammelt.

Ausgehend von den Umfrageergebnissen werden wir die wichtigsten Merkmale für die Durchführung von erlebnisorientierten Aktivitäten definieren.



Ergebnisse der Umfrage

Einzigartigkeit, die Entdeckung lokaler Traditionen und emotionale Erlebnisse wurden als die wichtigsten Faktoren für die Wahl eines Erlebnisses bewertet.

Verschiedene Studien unterstreichen, dass sich die Menschen im Urlaub nicht wie Touristen verhalten und fühlen wollen, sondern den Ort **wie ein Einheimischer** oder **wie ein Insider** erleben wollen.

Aus diesem Grund suchen sie nach Orten **abseits der ausgetretenen Pfade** - d.h. Orte, die nicht vollständig von Touristen verändert oder an die Bedürfnisse von Touristen angepasst wurden.

Der Kontakt mit der lokalen Gemeinschaft ist ebenfalls wichtig, da die Touristen den Eindruck haben, dass sie eine **direkte Erfahrung mit der lokalen Kultur machen**.



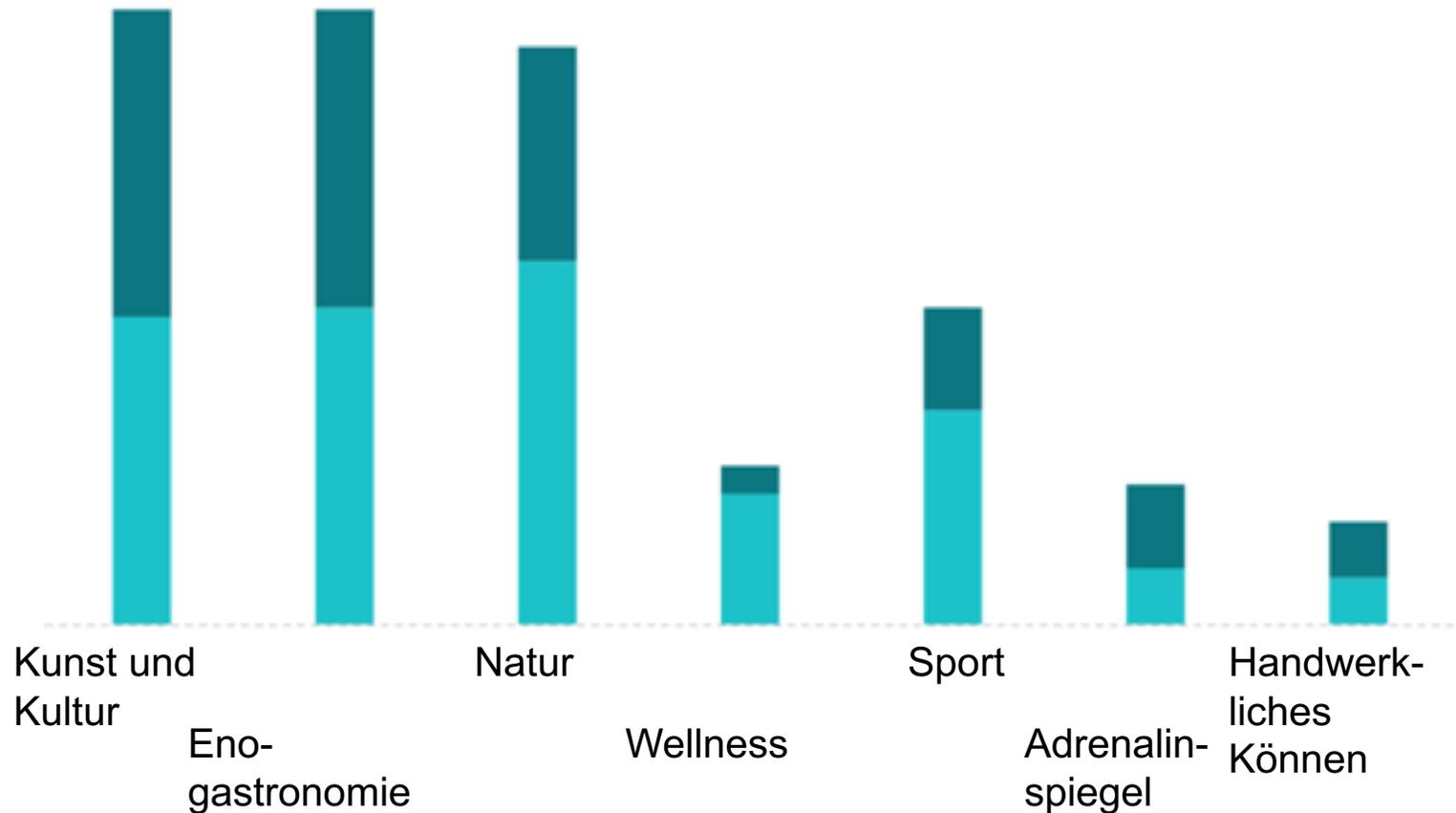
- Verborgene Orte entdecken
- Etwas Einzigartiges schaffen
- Entdeckung der lokalen Traditionen
- Etwas Emotionales tun
- Treffen mit der lokalen Gemeinschaft
- Etwas Neues machen
- Förderung der lokalen Wirtschaft

Umfrageergebnisse

Gute
Erfahrungen
wurden
beschrieben als:

etwas ***Einzigartiges*** schaffen,
an einem ***NICHT-
TOURISTISCHEN ORT***
mit ***LOKALEN MENSCHEN***

Umfrageergebnisse: die mehr gewünschten Erfahrungen



Am meisten gefragt sind Erlebnisse in den Bereichen **Kunst und Kultur**, **Gastronomie** und **Natur**, wie auch die Erkenntnisse von Airbnb und Tripadvisor bestätigen.

Einige Beispiele für die genannten Erfahrungen:

**KULTURELLE MAORI-
LEISTUNGEN IN
AUSTRALIEN**

TANZKURS IN ARGENTINIEN

**SCHNITZWERKSTATT
IN BALI**

MUSIKWORKSHOP IN EINEM PUB IN IRLAND

ALTER KELTISCHER
**HANDWERKSBETRIEB (HOLZ UND
WOLLE) IN IRLAND**

**BESUCHE DIE 9/11
MEMORIAL OF NEW YORK**

Erlebnisse und Emotionen

BESUCHTE DIE 9/11 MEMORIAL OF NEW YORK

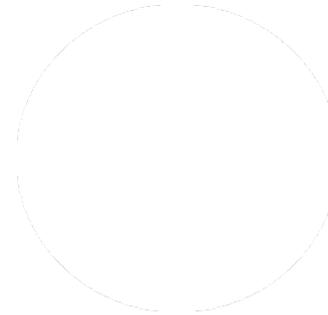


EINE HOHE EMOTIONALE ERFAHRUNG:
sie unterstreicht die Bedeutung der emotionalen
Dimension,
wie auch das Ergebnis der Umfrage zeigt (siehe
Folie 12).



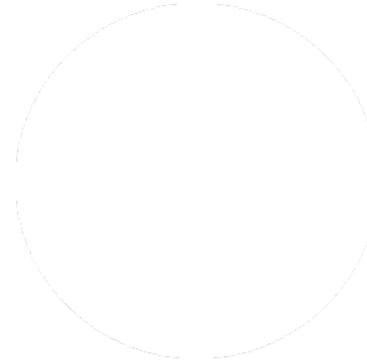
EMOTIONEN SCHAFFEN ERINNERUNG:
Verschiedene Forscher betonen, dass
"Erinnerung" der Mehrwert ist, der ein Erlebnis von
herkömmlichen "Aktivitäten" oder touristischen
Dienstleistungen unterscheidet.

**Die
Erfahrungen
basierten
auf:**



HIGH LEVEL

DER BETEILIGUNG DER
VERBRAUCHER



**MITTEL-HOHES
NIVEAU**

DES KONTAKTS MIT
DIE ÖRTLICHE GEMEINSCHAFT

Wie sich COVID-19 auf Erlebnisreisen auswirken wird:

Jeder der 4 Megatrends, die im ersten Teil dieser Präsentation vorgestellt wurden, wird voraussichtlich den Erlebnistourismus beeinflussen:

DIGITALISIERUNG



Erlebnistouristen sind es gewohnt, Informationen online zu suchen und ihre Reisen und Erlebnisse online zu buchen, so dass sich dies nicht negativ auswirkt, sondern eher noch verstärkt wird: Wahrscheinlich sind auch die weniger technikaffinen Touristen damit vertrauter geworden.

WIRTSCHAFTS- LÜCKE



Einerseits wird der Aufschwung von älteren und reicheren Segmenten abhängen, und die motiviertesten Erlebnistouristen sind reife, gebildete und einkommensstarke Menschen. Auf der anderen Seite stellen Millennials, die in einigen Ländern eine prekärere Beschäftigungssituation haben, den größten Marktanteil für Erlebnistourismus dar, was die Situation aus dem Gleichgewicht bringen könnte.

NACHHALTIG- KEIT



Erlebnistouristen neigen bereits dazu, weniger bekannte Ziele und Orte abseits der ausgetretenen Pfade zu besuchen. Außerdem bevorzugen sie die Inanspruchnahme lokaler Dienstleistungen im Einklang mit den Trends des nachhaltigen Tourismus, auch wenn dies eher auf die Suche nach "authentischen" Erfahrungen als auf ideologische Gründe zurückzuführen ist.

GESUNDHEIT UND SICHERHEIT



Einerseits bevorzugen Erlebnistouristen private Lösungen und persönliche Erfahrungen, so dass sich dies nicht so stark auswirken wird. Andererseits spielt der menschliche Kontakt eine wichtige Rolle für die emotionale Dimension und die Schaffung eines unvergesslichen Erlebnisses.

ABSCHNITT 3

Offene Fragen
& Hinweise



Offene Fragen und Überlegungen

Überlegen Sie, wonach Sie im Urlaub suchen. Welche Aktivitäten würden Sie bevorzugen?

Denken Sie an Ihren letzten Urlaub. Welche Aktivitäten oder Erfahrungen waren für Sie am wichtigsten? Warum?

Was hat diese Aktivität/Erfahrung einzigartig gemacht?



Tipps

Achten Sie darauf, was Ihre Freunde oder Verwandten Ihnen über ihren Urlaub erzählen.

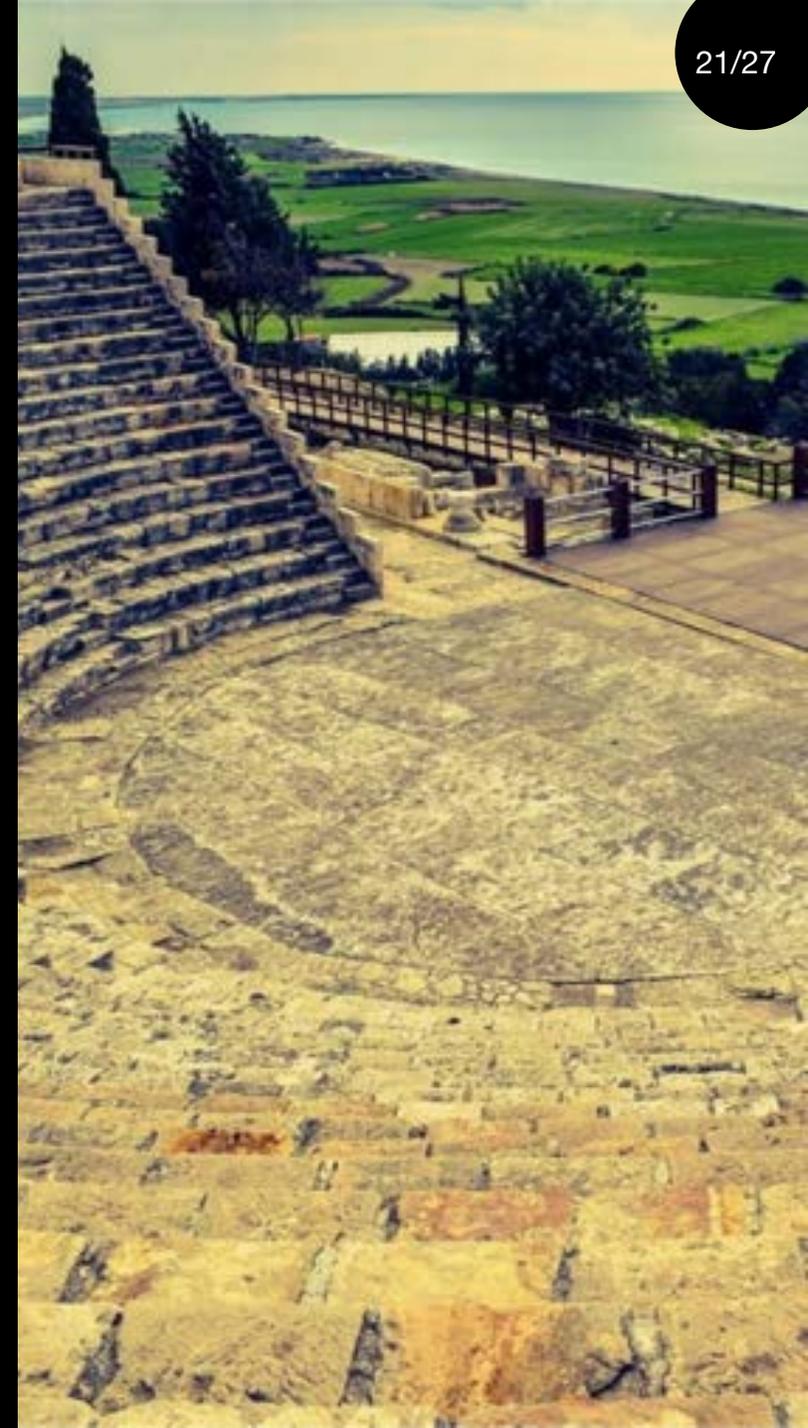
Was hat man Ihnen gesagt?

Welche Aktivitäten/Erfahrungen erzählen sie Ihnen?

Wie wichtig war die emotionale Dimension?

Achten Sie darauf, wenn Ihre Freunde oder Verwandten Sie nach Urlaubsvorschlägen fragen, wonach suchen sie dann?

Ist der Preis so wichtig für Ihre Wahl?





Die wichtigsten Erkenntnisse

In diesem Vortrag ging es um Erfahrungen, Erlebnisreisen und die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Tourismus.

Jetzt, wo Sie den Film gesehen haben, sollten Sie dazu in der Lage sein:

- Zu wissen, wonach Erlebnistouristen suchen;
- Erfahrungen und erlebnisorientierte Aktivitäten zu schaffen;
- Die wichtigsten Trends, die die Erholung des Tourismus nach COVID-19 vorantreiben werden zu kennen.



**Schließender
Abschnitt**

Literaturverzeichnis: wissenschaftliche Literatur

Bharathi Rajan R., *Experiential tourism: understanding tourism trends today to prepare for tomorrow*, Shanlax International Journal of Commerce, 2015
http://www.shanlaxjournals.in/pdf/COM/V3N1/COM_V3_N1_012.pdf

Kim J. H., Brent R. J., McCormick B., *Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences*, Journal of Travel Research, 2012
https://www.academia.edu/7007442/Development_of_a_Scale_to_Measure_Memorable_Tourism_Experiences

Ooi C., *Theory of tourism Experiences: The management of attention*, in T. O'Dell, & P. Billing Experiencescapes: Tourismus, Kultur und Wirtschaft, 2005
https://www.researchgate.net/publication/284036434_A_theory_of_tourism_experiences_The_management_of_attention

Ram I., Björkb P., Weidenfeld A., *Authenticity and place attachment of major visitor attractions*, Tourism Management Journal, 2016
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151771500134X>

Richards G., Raymond, C., *Kreativer Tourismus*, ATLAS News, 2000
https://www.researchgate.net/publication/254822440_Creative_Tourism

Stamboulis Y., Skayannis P., *Innovationsstrategien und Technologie für erlebnisorientierten Tourismus*, Tourism Management, 2003
https://www.academia.edu/4638947/Innovation_strategies_and_technology_for_experience_based_tourism?auto=download

Tussyadiah Iis P., *Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism*, Journal of Travel Research, 2014
https://www.researchgate.net/publication/266732531_Toward_a_Theoretical_Foundation_for_Experience_Design_in_Tourism



Liste der Referenzen: Marktforschung

Airbnb, *Airbnb und der Aufstieg der Millennial-Reisenden*, 2016

<https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2016/08/MillennialReport.pdf>

EventBrite Blog, *Millennial, Treibstoff für die Erlebnismwirtschaft*, 2014

<https://www.eventbrite.com/blog/academy/millennials-fueling-experience-economy/>

McKinsey Global Institute, *Die Erholung der Verbrauchernachfrage und die nachhaltigen Auswirkungen von COVID-19*, 2021

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-consumer-demand-recovery-and-lasting-effects-of-covid-19>

McKinsey & Company, *Machen Sie es besser, nicht nur sicherer: Die Chance, das Reisen neu zu erfinden*, 2020

<https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/make-it-better-not-just-safer-the-opportunity-to-reinvent-travel>

Skift, McKinsey&Company, *Die Reisebranche auf dem Kopf*, 2020

https://www.mckinsey.com/~/_/media/mckinsey/industries/travel%20logistics%20and%20infrastructure/our%20insights/the%20travel%20industry%20turned%20upside%20down%20insights%20analysis%20and%20actions%20for%20travel%20executives/the-travel-industry-turned-upside-down-insights-analysis-and-actions-for-travel-executives.pdf

Skift Team und Peak Adventure Travel Group, *The Rise of Experiential Travel*, 2014

<https://skift.com/wp-content/uploads/2014/06/skift-peak-experiential-traveler-report1.pdf>

Treksoft, *Reise-Trendbericht*, 2019

<https://www.treksoft.com/de/resources/ebooks/travel-trends-report-2019>

UNWTO Nachrichten, *Neue Mitteilung*, 31 marzo 2021

<https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>

Europäische Reisekommission, *Europäischer Tourismus - Trends und Aussichten. Vierteljährlicher Bericht Q4/20, 2021*

<https://etc-corporate.org/uploads/2021/02/ETC-Quarterly-Report-Q4-2020-Public-1.pdf>





Autoren & Credits

Elisa Meglioli

elisa.me@hotmail.com

Sie hat einen Abschluss in modernen und zeitgenössischen Sprachen und absolvierte 2016 den Master in Tourismuswirtschaft und -management an der Universität Ca' Foscari (Venedig). Sie arbeitet mit dem *CISET - Internationales Studienzentrum für Tourismuswirtschaft* - zusammen und beschäftigt sich mit Erlebnistourismus und Tourismusinnovation.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Projektnummer
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons

Attribution-Noncommercial-ShareAlike 4.0 International License
(CC BY-NC-SA 4.0)

www.euheritage.eu

