

# All-inclusive oder ad hoc?

*Die allein gültige Typologie des Touristen gibt es nicht. Massentourist, Drifterin, Bildungsreisender, Wellnessurlauberin – das jeweils gewählte Kriterium entscheidet über das Etikett. Typologien werden im Marketinghandwerk des Tourismus gleichwohl gerne verwendet. Eine kleine, nicht ganz ernst zu nehmende Einführung in die Typologie des Touristen von der Journalistin Mirjam Oertli.*

Bangkok Airport. Sie stehen in einer Schlange im Duty-Free-Shop, wo Sie vor dem Heimflug Ihre letzten Thai Baht ausgeben wollen. Sie haben Zeit, Ihr Flug hat Verspätung. Sie beginnen, die Leute ausgiebig zu mustern. Eine Runde verschiedener Reisenden hat sich da versammelt. Direkt vor Ihnen steht ein junger Typ mit Rucksack. Er ist Anfang 20, so ein «Low budget Trekker», mit Reisesandalen und Ethno-Armband. Er ist vertieft in seinen «Lonely Planet Kambodscha». Er reist «off the beaten track», sucht echten Kontakt mit der fremden Kultur. Er prägt sich die wichtigsten Worte der jeweiligen Landessprache ein. Weil ihm Thailand grundsätzlich zu touristisch ist, befindet er sich nur auf der Durchreise nach Phnom Penh. Er hat die erste Nacht in einem Backpacker-Hostel gebucht. Die weitere Reise plant er ad hoc. Er reist oft allein, hat aber nichts gegen temporäre, gleichgesinnte Reisebekanntschaften, egal ob männlich oder weiblich. Er fühlt sich nie einsam, denn er tauscht sich laufend mit seinen Facebook-Freunden aus.

## **Wo bin ich?**

Ein Kind beginnt zu quengeln. Der Vater äussert entnervt ein paar Beschwichtigungen. Er ist braun gebrannt und wirkt mit seiner Bauchtasche wie ein All-inclusive-Urlauber. Insgeheim freut er sich,

übermorgen wieder im Büro zu sein. Die Ferien waren aber gar nicht übel dank Rundum-Kinderbetreuung im Familienhotel auf Phuket. Dieses hat er, der gern auch mal den besten Liegestuhl am Pool mit seinem Badetuch reserviert, auf Empfehlung im Reisebüro gebucht. Er ist nicht der Typ, der sich lang mit Ferienorganisation herumschlägt. Bevor er sich für ein Hotel entscheidet, prüft er es aber akribisch auf «Tripadvisor». Der Vermerk «Man spricht Deutsch» schreckt ihn nicht ab, im Gegenteil. Und ein italienisches Restaurant in der Nähe ist auch nie schlecht. Er hat sich für Phuket entschieden, weil Hotel, Flugdaten, Durchschnittswetter, Strand und Animationsprogramm stimmten – und natürlich der Preis! In welchem Land er sich befindet, spielt eine untergeordnete Rolle. Die Unterhaltungsmöglichkeiten vor Ort sind ausschlaggebend.

## **Yoga, Yoga, Yoga**

Sie sehen eine etwa dreissigjährige Frau in Schlapperhose. Sie kommt von einem zehntägigen Yoga-Intensivkurs im Norden Thailands zurück, wo sie Massagen und exotische Fruchtsäfte genossen hat – abgesehen von frühmorgendlichen Meditationen und Yoga, Yoga, Yoga. Sie sucht auf ihren Reisen Erkenntnisse über Land und Leute, noch mehr aber Er-

kenntnisse über sich selbst. In Bangkok ist sie nun auf der Durchreise nach Indonesien zu einem Orang-Utan-Camp im Regenwald, wo sie ehrenamtlich in einem Tierschutzprojekt mitarbeiten will. Das Wohlbefinden von Tieren und Natur ist für sie ebenfalls zentral. Dass sie für ihre Reise fliegen muss, ist ihr nicht ganz recht. Selbstverständlich erachtet sie die Klimakompensation ihrer Flugreisen via myclimate als moralische Pflicht.

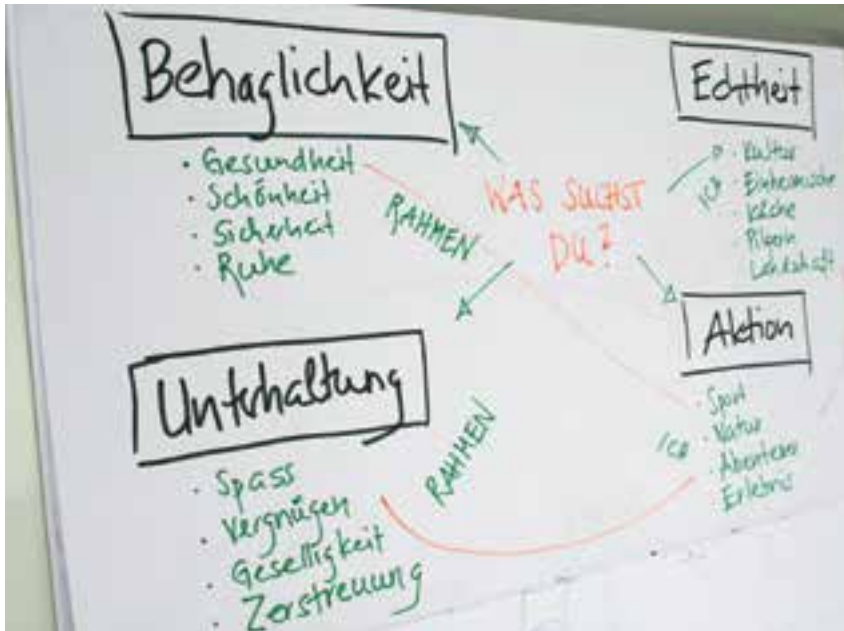
## **Top ausgerüstet**

Vor dieser Frau steht ein Draufgängertyp, Mitte dreissig, sportlich, mit gutem Job bei einer internationalen Firma. Er steht gelangweilt da, denn in Sachen Fliegen und allem, was damit zusammenhängt, ist er als Meilensammler – beruflich und privat – ein abgebrühter Profi. Ganz nach dem Motto «The globe is a playground» sucht er seine Destinationen aus. Er machte schon Canyoning in Neuseeland, unternahm Extrem-Biketouren auf Mallorca und war Kite-Surfen in Brasilien. Jetzt ist er unterwegs zum Trekking im Himalaya. Im Transa-Shop deckt sich der erklärte Ausrüstungsgeek jeweils vorgängig mit Equipment professionell ein. Er reist entweder allein oder mit gleichgesinnten Kollegen.

## **Die andere Generation**

Wer tippt Ihnen denn da auf die Schulter? Eine gepflegte Frau gegen die Sechzig. Nichts da von praktischer Outdoor-Bekleidung à la Jack Wolfskin. Sie reist stilvoll und dennoch komfortabel in Leinenhose und mit Baumwollbluse. Aus ihrer Tasche lugt das Geo-Special «Vietnam, Laos, Kambodscha» und in ihrem Einkaufskorb liegt ein Parfüm. Sie hat während ihres Aufenthaltes in Bangkok geshoppert. Nach ausgedehnten Tempelbesuchen in Vietnam, Laos und Kambodscha war diese Abwechslung fällig. Neben Souvenirs vom Nachtmarkt und Kosmetika sind nun auch Thai-Curry-Paste für heimische Kochexperimente und ein massgeschneidertes Seidenkleid in ihrem Louis-Vuitton-Rollkoffer verstaut. Sie übernachtete ausnahmslos in Top-Hotels. Sie hätte auch den Flug gerne in der Businessclass verbracht, entschied sich dann aber für die günstigere Variante. Aber was wollte sie Ihnen eigentlich sagen? Ja, Sie sind dran! Sie müssen zahlen. Welcher Reisetyp sind eigentlich Sie selbst?

# Kulturtouristin oder Kreuzfahrertyp?



Es gibt unterschiedliche Ansätze für eine Typologie des Touristen. Eine Klassifikation der World Tourism Organisation (UNWTO) trennt beispielsweise Tagestouristen von Übernachtungstouristen. Jeder Zuweisung liegt ein Kriterium zugrunde wie Motiv oder Zweck der Reise, Wahl des Transportmittels, Aufenthaltsort und anderes. Darüber hinaus können auch Aspekte wie Alter, sozialer Hintergrund, Beruf, Bildungsstand und Ähnliches herangezogen werden.

Eine bekannte Unterteilung aus der Wissenschaft stellt sechs Reisemotive in den Vordergrund (von Hansruedi Müller):

- Entspannung, Erholung, Gesundheit
- Abwechslung, Erlebnis, Geselligkeit
- Naturerleben, Umweltbewusstsein, Wetter
- Bewegung, Sport
- Eindrücke, Entdeckung, Bildung
- Selbständigkeit

Eine weitere Möglichkeit ist die Einteilung nach dem vorliegenden Grad an Vertrautheit mit dem Reiseziel (von Erik Cohen):

## **Organisierter Massentourist**

Vertrautheit dominierend, bucht beispielsweise gerne all-inclusive, will sich am Urlaubsort fühlen wie zuhause.

## **Individueller Massentourist**

Profitiert zwar von Einrichtungen und Angeboten des Massentourismus, organisiert möglichst viel von zuhause aus, reist aber individuell.

## **Entdecker**

Sucht Neuheit, Stichwort «off the beaten track», reist individuell, eventuell in spezialisierter Kleingruppe, begibt sich aber gerne wieder in vertrauere/organisiertere Gefilde, wenn es ihm zu abenteuerlich wird.

## **Drifter (Treiber)**

Sucht Neuheit und das kalkulierte Risiko um jeden Preis, vermeidet Kontakt mit anderen Touristen, reist individuell, bevorzugt lokale Anbieter vor internationalen Reiseveranstalter.

In der Tourismuspraxis gebräuchlich sind auch folgende Typisierungen nach Motiv oder Zweck: Kulturtourist, Naturliebhaber, Shoppingtourist, Wellness-Reisende, Familienurlauber, Aktivtourist, Spasstourist, Pauschaltourist, Individualtourist, Geschäftsreisende, Trekker, Pilgerin usw. Die Liste ist nicht abschliessend. (MO)

## Wer ist wer?

(Anwendung auf die fünf Figuren in der Einführung von Seite 21)

### **Junger Typ mit Rucksack:**

- Reisemotiv «Selbständigkeit»
- Entdecker oder Drifter
- Individualtourist, Trekker, evtl. Naturliebhaber, evtl. Kulturtourist

### **Vater:**

- Reisemotiv «Abwechslung, Erlebnis, Geselligkeit»
- Organisierter Massentourist
- Familienurlauber, Pauschaltourist, Spasstourist

### **Dreissigjährige Frau in Schlapperhose:**

- Reisemotive «Entspannung, Erholung, Gesundheit» und auch «Naturerleben, Umweltbewusstsein, Wetter»
- Individuelle Massentouristin oder Entdeckerin
- Individualtouristin, Naturliebhaber, Wellness-Touristin, evtl. Kulturtouristin

### **Draufgängertyp:**

- Reisemotiv «Bewegung und Sport», aber auch «Abwechslung, Erlebnis, Geselligkeit»
- Individueller Massentourist, Entdecker oder auch Drifter, je nach Ausprägung
- Individualtourist, Aktivtourist, Spasstourist, Trekker, evtl. Naturliebhaber; ist er zudem für seinen Job bei anderen Gelegenheiten beruflich unterwegs, ist er auch Geschäftsreisender

### **Gepflegte Frau gegen sechzig:**

- Reisemotiv «Eindrücke, Entdeckung Bildung»
- Individuelle Massentouristin oder Entdeckerin
- Kulturtouristin, Shoppingtouristin, Individualtouristin, Best oder Silver Agerin

Dieser Beitrag entstand mit freundlicher Unterstützung von Fabian Kühnel-Widmann, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern – Wirtschaft. (MO)