

Kulinarik als Reisemotiv

Jürg Stettler

Leiter Institut für Tourismus und Mobilität ITM
Hochschule Luzern - Wirtschaft

Wirtschaft

21. September 2022



An was denken Sie, wenn Sie Kulinarik hören? Was verstehen Sie unter Kulinarik?



Agenda

- Definition Kulinarik im Tourismus
- Bedeutung der Kulinarik für den Tourismus
- Konsumtrends im Bereich Kulinarik
- Welche Kulinarik-Reisetypen gibt es?
- Empfehlungen & Schlussfolgerungen



Definition von Kulinarik im Tourismus

Kulinarik-
Tourismus

Food-
Tourismus

Gastronomie-
Tourismus

"... ist eine Art touristische Aktivität, die durch die Erfahrung des Besuchers im Zusammenhang mit Lebensmitteln und den damit verbundenen Produkten und Aktivitäten auf Reisen gekennzeichnet ist."

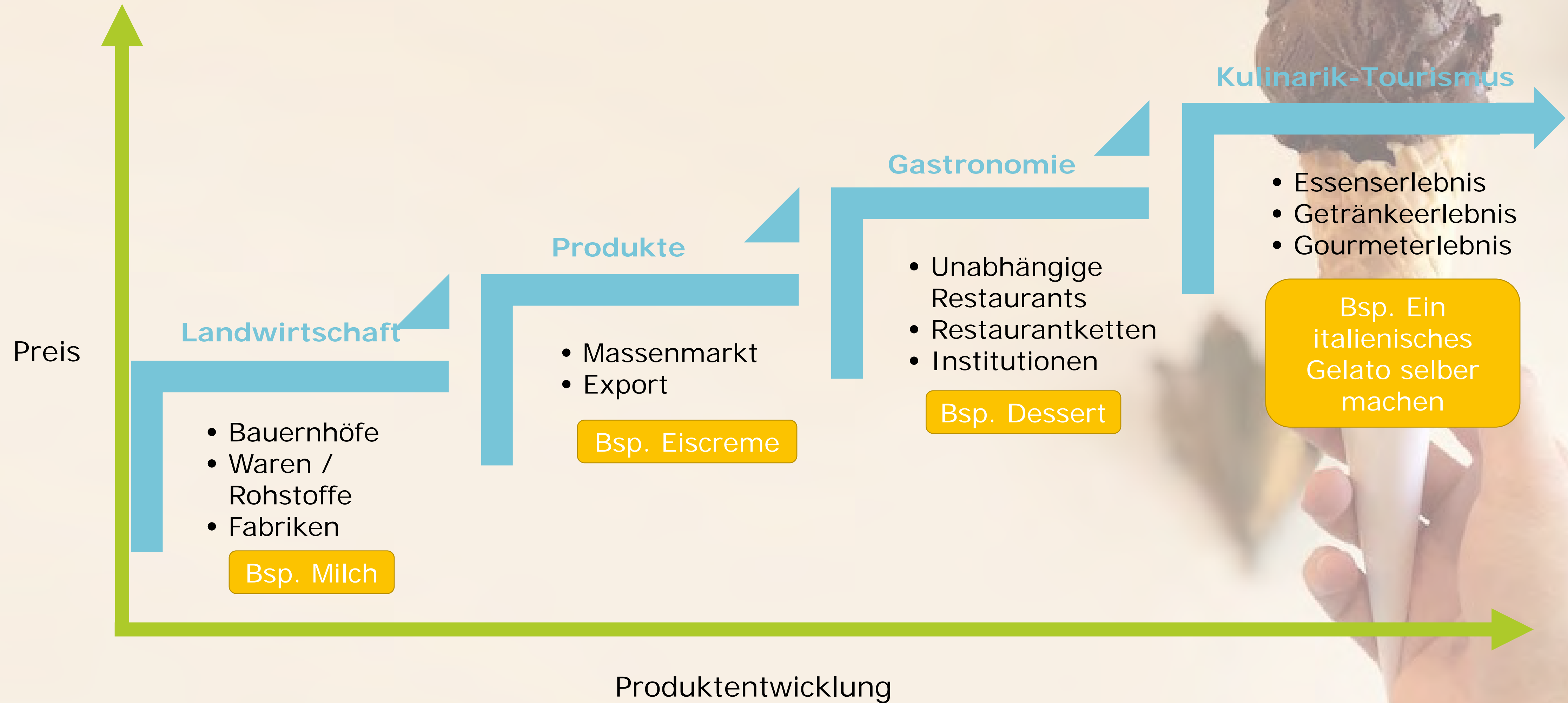
(World Tourism Organization (UNWTO) and Basque Culinary Center (BCC), 2019)

"... ist der Akt des Reisens, um einen Geschmack des Ortes zu bekommen, um ein Gefühl für den Ort zu bekommen."

(World Foodtravel Association, 2022)

Der Kulinarik-/Food-/Gastronomie-Tourismus ist Teil des Kulturtourismus

Kulinarik und Erlebnisökonomie



Best Practice – Piemonte in Italien



Best Practice – Essenskultur in Thailand



© 2022 - Travel Daily.



© 2019 Alamy

Best Practice – Kulinarik in Peru



Bedeutung der Kulinarik für den Tourismus

- 15-35% des Reisebudgets für Essen und Trinken
- Grosser Einfluss auf die Zufriedenheit und mögliche Wiederbesuche (80% der Reisenden)
- Beitrag, die Kultur zu verstehen (80% der Reisenden)
- Kulinarik-Angebote helfen bei der Destinationswahl (59% der Reisenden)
- Zunehmende Bedeutung der Kulinarik und Zunahme der Kulinarikerlebnis-Angebote/-Nachfrage: neue Trends (Fusions-/Molekularküche, Slowfood, «Native Food» oder «Nature Food»), Instagram, TikTok, Foodblogs
- Differenzierung & Positionierung über Kulinarik-Kultur: Frankreich, Italien, Thailand, Indien, Japan etc.
- Zunehmende Bedeutung im Wellnesstourismus

Konsumtrends im Bereich Kulinarik

Essverhalten

- Gesundheitstrend: gesunde Ernährung
- Umwelttrend: Nature Food, Native Food
- Fusion- und Molekularküche
- 3.6% leiden an Lebensmittelallergien (Tendenz steigend)
- 4% Vegetarier, 0.6% Veganer (Tendenz steigend)
- 20% essen Fleisch
- Slowfood

Nahrungsmittel

- regionale & nachhaltige Produkte
- funktionelle Lebensmittel -> Krankheits-Prävention, Steigerung Lebensqualität
- Glutenfreie Produkte
- Pflanzenbasierte Lebensmittel (Vegan Meat)
- Snackification
- Liquid Evolution
- Superfoods

Bedeutung der Kulinarik für die Reisenden in der Schweiz

Zufriedenheit Reisende in der Schweiz

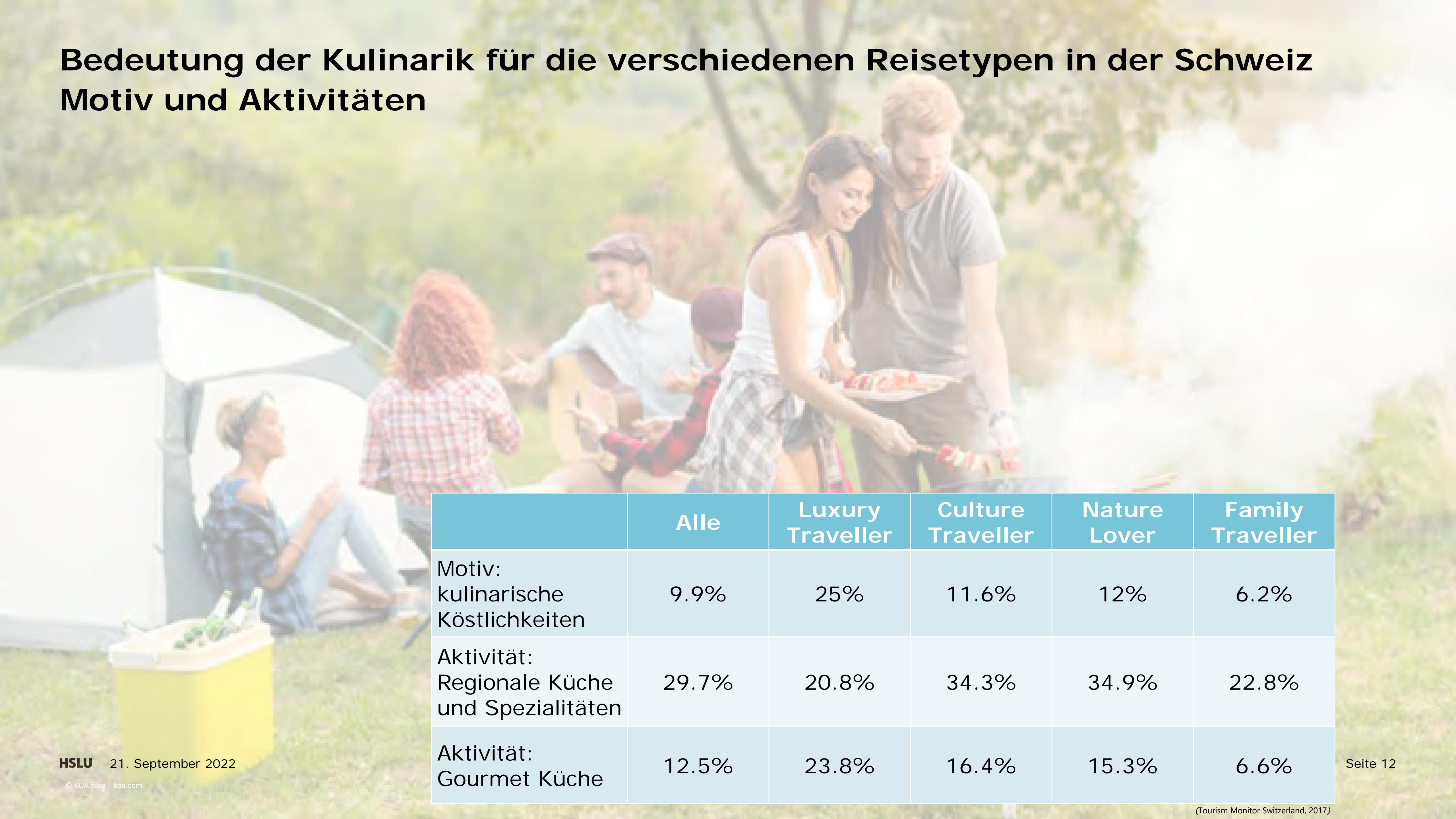
1. Sauberkeit	92.9%
2. Geh- und Wanderwege	92.2%
3. Freundlichkeit der Tourismusbüro -Angestellten	90.6%
....	
16. Gastronomie	70.6%
17. Parking	69.2%
18. Öffnungszeiten	66.9%
....	

(Tourism Monitor Switzerland, 2017)

© 2022. We are GrapeAlliance

Bedeutung der Kulinarik für die verschiedenen Reisetypen in der Schweiz

Motiv und Aktivitäten



	Alle	Luxury Traveller	Culture Traveller	Nature Lover	Family Traveller
Motiv: kulinarische Köstlichkeiten	9.9%	25%	11.6%	12%	6.2%
Aktivität: Regionale Küche und Spezialitäten	29.7%	20.8%	34.3%	34.9%	22.8%
Aktivität: Gourmet Küche	12.5%	23.8%	16.4%	15.3%	6.6%

Bedeutung der Kulinarik für die verschiedenen Reisetypen in der Schweiz

Hauptreisegrund

	Alle	Luxury Traveller	Culture Traveller	Nature Lover	Family Traveller
Hauptreisegrund					
Motiv: kulinarische Köstlichkeiten	0.2%	0.7%	0.6%	0.2%	0.2%
Aktivität: Regionale Küche und Spezialitäten	0.1%	0.3%	0.1%	0.4%	0%
Aktivität: Gourmet Küche	0.1%	1%	0%	0.1%	0%

Welche Kulinarik-Reisetypen gibt es?

- Kulinarik beeinflusst bei 59% der Freizeitreisenden den Destinationsentscheid
- Kulinarik ist generationenübergreifend
- 30-50 Jährige besonders interessant:
 - Hohes Einkommen
 - Reisen mit dem Partner*in
 - Gebildet
 - Wählen ihre Aktivitäten basierend auf aktiver Teilnahme- und Lernmöglichkeiten

Welche Kulinarik-Reisetypen gibt es?

Schätzung Bedeutung

5%

Primärmotiv

Kulinarik ist das Haupterlebnis des touristischen Angebots

60%

Sekundärmotiv

Kulinarik verleiht dem touristischen Angebot einen bestimmten Mehrwert

35%

Routinemotiv

Kulinarik deckt das körperliche Grundbedürfnis ab



Schlussfolgerungen

Kulinarik wird unterschätzt, weil:

- Kulinarik betrifft alle Reisenden
- Schlüsselrolle bei vielen Reise- und Konsumentscheiden.
- Essen/Trinken ist die häufigste Tätigkeit/Aktivität
- Enorme Vielfalt (Bedürfnisse und Angebote)
- Wichtig für die Zufriedenheit
- Wichtig für die Kommunikation (-> Social Media)
- Potenzial für die Positionierung & Differenzierung
- Zunehmende Bedeutung (-> Gesundheits-/ Nachhaltigkeits-Trend)



Empfehlungen

Kulinarik-Bedürfnisse der Gäste kennen und Kulinarik-Typen (Segmente) bilden

Kooperationen mit Partnern entlang der Kulinarik-Erlebniskette

Kulinarik-Angebot kritisch prüfen (aus Sicht der Gäste)

Webseite und Social Media prüfen und verbessern sowie Social Media (Instagram/TikTok) nutzen

Gesundheits- und Nachhaltigkeits-Trend nutzen

Abhängig von Zielgruppen: Kulinarik-Leuchtturm (Attraktion) entwickeln

Kulinarik-Erlebnisse schaffen (Erlebnis-Inszenierung)

Referenzen

- <https://www.culinaryartsswitzerland.com/en/news/industry/our-top-5-food-travel-trends-2020-4644/>
- <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>
- <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/food-tourism/market-potential>
- https://www.srv.ch/fileadmin/ablage/dokumente/Brancheninfos/Reise-_und_Buchungsverhalten_AWP.pdf
- <https://www.swissveg.ch/veg-umfrage?language=de>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0091674917306723?via%3Dihub>
- https://de.statista.com/infografik/11051/vegan-vegetarisch-oder-laktosefrei_-wer-isst-wie/
- <https://doi.org/10.4337/9781800377486.culinary.tourism.motivation>
- https://books.google.ch/books?hl=en&lr=&id=UD0tEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA325&dq=food+trends&ots=rYXXD6G7UM&sig=qMzpKR7ue-viNI8cxIN34lapvUg&redir_esc=y#v=onepage&q=food%20trends&f=false
- <https://gastrosuisse.ch/de/branchenwissen/restauration/foodtrends/>
- <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100463>
- <https://doi.org/10.1007/978-3-658-33226-6>
- Global Wellness Institute (2018). Global Wellness Economy Monitor.October 2018. https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018_v5webfinal.pdf. Abgerufen am 21.07.2022.
- U. Pröbstl-Haider, D. Lund-Durlacher, M. Olefs, F. Pretenthaler (Hrsg.), Tourismus und Klimawandel, https://doi.org/10.1007/978-3-662-61522-5_5
- *World Tourism Organization (UNWTO) and Basque Culinary Center (BCC), 2019. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism*
- Schweizer Tourismus Monitor, 2017.

Hochschule Luzern

Wirtschaft

Institut für Tourismus und Mobilität ITM

Prof. Dr. Jürg Stettler

Leiter ITM

T direkt +41 41 228 41 46

juerg.stettler@hslu.ch