

Geleitwort

Es ist schon sehr merkwürdig: Auf der einen Seite boomt seit Jahrzehnten der Kulturtourismus in seinen unterschiedlichsten Formen – von der klassischen Studienreise hin zum Festivaltourismus in Salzburg und anderen Orten, von der Europäischen Kulturhauptstadt zu den Städtereisen und dem spirituellem Tourismus, vom Museums- und Erinnerungstourismus zum anspruchsvollen „Edutainment“ auf Kreuzfahrtschiffen usw. Kaum ein Bundesland in Deutschland mag noch ohne das werbeträchtige Label „Kulturland“ auskommen und erhofft sich hiervon eine Steigerung der Besucherzahlen.

Auf der anderen Seite wissen wir – abgesehen von einigen allgemeinen quantitativen Ergebnissen – sehr wenig über diese Menschen, die sich so scharenweise auf den kulturtouristischen Weg machen. Wer sind sie? Was treibt sie an? Was wollen Sie erleben? Wie unterscheiden sie sich von „normalen“ Erholungstouristen? Gibt es überhaupt Unterschiede? Und welche Rollen spielen eigentlich Kunst und Kultur in ihrem Alltag?

Antworten auf diese Fragen sind unerlässlich für alle, die sich professionell mit dem Thema Kulturtourismus befassen: Einerseits für die Kulturanbieter, die ihre Produkte entsprechend ausrichten und vermarkten wollen, andererseits für die Touristiker, die eben diese kulturellen und künstlerischen Angebote in ihre Palette aufnehmen wollen und entsprechende Strategien entwickeln müssen, um die die potenziellen Besucher tatsächlich effizient erreichen zu können.

Frau Yvonne Pröbstle hat mit ihrer vorliegenden Dissertation endlich Licht in dieses Dunkel gebracht. Sie begnügte sich in ihrer Untersuchung nicht länger mit quantitativen Ergebnissen, sondern wählte einen qualitativen Zugang und schaute genauer hin. Sie erforschte die kulturellen Einstellungen der Kulturtouristen und kam u. a. zu dem ganz wesentlichen Ergebnis, dass man keineswegs von „den“ Kulturtouristen sprechen kann, sondern sich dieses Marktsegment wiederum in verschiedene Zielgruppen differenzieren lässt, mit denen ganz unterschiedlich umgegangen werden muss. Damit ist ein erster wichtiger Schritt getan, damit Kulturanbieter und Touristiker gemeinsam neue Strategien und schließlich Angebote entwickeln können.



<http://www.springer.com/978-3-658-05429-8>

Kulturtouristen

Eine Typologie

Pröbstle, Y.

2014, XXVIII, 361 S. 55 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05429-8