

Willkommen

Christina Warter

Logout

Wenn Sie nicht die obige Person sind, melden Sie sich bitte ab!

Ausgaben

Aktuelle Ausgabe

Frühere Ausgaben

Rubriken

Editorial

Börse

Immobilien

Management

Management News

Bilanzen

Strategien

Operations

Marketing

Vertrieb

Human Resources

Qualitätsmanagement

Umwelt & CSR

Markt

Reise & Tourismus

Gesundheit & Wellness

Patchwork

VIP

Recht

Forschung

hospitalityABC

hospitalityTalk

hospitalityGeflüster

Leserbriefe

Magazin / Rubriken / Management / Marketing • 09.05.2014 • 10581 • 32434

Neue Website für "Kulinarischen Tourismus"

Schwerin (9.5.2014). Essen und Trinken krönen jede Urlaubsreise, vermittelt beides doch nachhaltig den Geist der regionalen Kultur. Studenten aus Schwerin untersuchten deshalb den "Kulinarischen Tourismus" in Deutschland: Die südlichen Bundesländer und Thüringen haben dabei die Nase vorn.

Christina Warter, Sabrina Rose und Jasmin Eitzenberger heissen die drei jungen Forscherinnen, die unter der wissenschaftlichen Begleitung von Prof. Dr. Gerald Wetzel, Studiengangsleiter Hotel- und Tourismusmanagement an der Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) Schwerin - Baltic College, den "Kulinarischen Tourismus" als ein neues Tourismus-Segment mit Wachstumspotential identifizierten.



Die roten Kreise zeigen: Die südlicheren Bundesländer haben den kulinarischen Tourismus schon stärker entdeckt.

Erholungsurlaub. Dabei sei doch besonders das Thema Kulinarik zielgruppen-übergreifend, so die Studentin, da es in jeder Altersgruppe und in jeder gesellschaftlichen Schicht Menschen gibt, die gerne eine andere Kultur durch deren Ess- und Trinkkultur kennenlernen möchten.

"Kulinarischer Tourismus" schliesst zum einen die Touristen mit ein, die aufgrund einer regionalen Speise oder eines speziellen Getränks wie Wein oder Bier in eine Region fahren, um deren Geschmack, die Herstellungsweise und deren kulturhistorische Verwurzelung kennen zu lernen. Zum anderen sind es Touristen, die bei ihren regionalen Erkundungstouren deren einmalige Kulinarik entdecken und geniessen.

Die neue, erst vor kurzem freigeschaltete Internetseite www.kulinarischer-tourismus.de dient kulinarisch Interessierten zur ersten Information über Events und Anbieter. Die Website soll inhaltlich Schritt für Schritt ausgebaut werden.

Sabrina Rose, die sich in ihrer Bachelor-Arbeit um die "Integration des Kulturbegriffs in den Nachhaltigkeitsgedanken" Gedanken gemacht hat, rief in ihrer These dazu auf, das Dreieck der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie und Soziales) um den Faktor Kultur zu erweitern. Das Ziel des Autoren-Kollektivs ist es, im Bereich "Kulinarischer Tourismus" weiter zu forschen und darauf aufbauend neue Strategien (kulinarische Leitbilder) und kulinarische Produkte (Konsumgüter und Leistungen) zu konzipieren. / kn

Wie die kulinarische Deutschland-Karte zeigt (sh. Abbildung), greifen die 16 deutschen Bundesländer – und hier vor allem die Destination Franken – das Thema in ihren Tourismusstrategien sehr unterschiedlich auf. "Lediglich die südlichen Bundesländer und Thüringen nutzen die Einmaligkeit ihrer regionalen Spezialitäten im Bereich Essen und Trinken, um sich von anderen Destinationen abzuheben," zieht Jasmin Eitzenberger als Sprecherin des Studenten-Teams das Fazit. "Fünf von 16 Bundesländern haben in ihrer aktuellen Strategie noch keinen Bezug zu Kulinarik."

Diese setzen auf andere Schwerpunkte wie Wandern, Städte-Tourismus oder

Suchen

Suchen

Suchfilter festlegen

Artikeldetails



Drucken



eMail an Redaktion

Aktuelles

HRS: Höhere Provisionen bei Listings

Köln (9.5.2014). HRS hat in seiner Hotel-Selbstverwaltung ein neues Tool integriert, mit dem die Hoteliers ihr Listing beeinflussen können – über Provisionen, die sie selbst nun individuell erhöhen können. HRS folgt damit booking.com und anderen.

[weiter ...]

Lust aufs Geld ausgeben im Urlaub wächst kräftig

Stuttgart/Dubai (9.5.2014). Eine Bank und eine Kreditkarten-Gesellschaft haben die Ausgabenfreudigkeit von Reisenden analysiert: Danach wollen immer mehr Deutsche teuer verreisen, am meisten ausgegeben haben 2013 aber die Araber auf ihren Reisen.

[weiter ...]

IHG, Marriott, Steigenberger, VJC: Märkte machen glücklich

Denham/Bethesda (9.5.2014). Die Ergebnisse des ersten Quartals 2014 zeigten bei InterContinental und Marriott ein solides RevPar-Wachstum, beide Unternehmen sind besonders stolz auf die Entwicklung des US-Marktes und gehen von dessen weiterem Wachstum aus. Für das gesamte Jahr 2013 erreichten auch Steigenberger und die Victoria-Jungfrau-Collection (VJC) Umsatzsteigerungen, bei der VJC aber liess das Ergebnis zu wünschen übrig.

[weiter ...]

Neue Website für "Kulinarischen Tourismus"

Schwerin (9.5.2014). Essen und