

Touristische Marktanalyse: Stärken und Schwächen der philippinischen Insel Bohol auf ihrem Weg zur Destinationsführerschaft

von
Olja Martynova

Erstauflage

Diplomica Verlag 2015

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de

ISBN 978 3 95850 836 1

Leseprobe

Textprobe:

Kapitel 4.1, Das touristische Angebot:

Das gesamte touristische Angebotspotenzial eines Standortes wird in ursprüngliches und abgeleitetes Angebot unterteilt. Luft weist ausdrücklich darauf, dass die Angebotsbasis einer Destination in erster Linie in deren landschaftlichen Gegebenheiten besteht. Sie motivieren den Reisenden bei der Auswahl des Zielgebiets. Die landschaftlichen Gegebenheiten stellen die Kernattraktivität dar, welche für die weitere kreative Entwicklung anderer Faktoren dient. Die Ressourcen einer Region stellen einzigartige Potenziale dar. Seien es Berge oder Meer, der Urlauber sucht die für ihn besten Möglichkeiten zur Erholung, bei der die landschaftlichen Bedingungen eine entscheidende Rolle spielen. Somit wird mit dem landschaftsräumlichen Potenzial einer Destination laut Luft eine 'ursprüngliche Anziehungskraft' verbunden. Die ursprüngliche Ausstattung eines Ortes bzw. einer Destination, die nicht speziell für den Tourismus entwickelt wurde, bezeichnet man in der Touristik als ursprüngliches oder natürliches Angebot. Die sogenannten 'freien Güter' stehen den Anbietern zur Verfügung, ohne dafür Kosten tragen zu müssen. Hier spricht man von naturgegebenen Angebotsfaktoren, wie Klima und Landschaft, Flora und Fauna und Naturdenkmäler. Nicht zu vergessen sind auch die optisch-ästhetischen Eindrücke des Ortes und dessen Natur. Der direkte Einfluss auf den Organismus und die Benutzbarkeit der Landschaft zählen zum ursprünglichen Angebot. Die Anziehungsfaktoren bzw. Attraktionen eines Ortes für die Touristen bestehen unter anderem auch aus den kulturhistorischen und kulturellen Gegebenheiten. Soziokulturelle Verhältnisse, wie Volkstum bzw. Brauchtum, Mentalität der Bevölkerung und die regionale Esskultur sowie Sprache und Religion sind ein wichtiger Anziehungsfaktor für Touristen. Das ursprüngliche Angebot wird auch durch die allgemeine Infrastruktur des Zielortes ergänzt, wie politisches und soziales System, Kommunikations- und Verkehrswesen sowie Wasserversorgung und Müllentsorgung. Obwohl die natürlichen Angebotsfaktoren eines Ortes als Basis für das Fremdenverkehrsaufkommen gelten, können sie allein aus einem Ort keine touristische Destination bilden. Sobald die natürlichen Gegebenheiten eines Ortes mit den sogenannten abgeleiteten Faktoren kombiniert werden, kann man den Ort als einen Teil der Fremdenverkehrsindustrie bezeichnen. In der Tourismusindustrie unterscheidet man drei Bereiche des abgeleiteten Angebots. In erster Linie ist hier allgemein die touristische Infrastruktur zu nennen, wie Beherbergung, Verpflegung, Reiseberatung, -organisation, touristisches Transportwesen und überbetriebliche Tourismusorganisationen. Die Freizeitinfrastruktur beinhaltet als Teil des abgeleiteten Angebots Freizeiteinrichtungen im Sport und Kulturbereich. Spezielle touristische Angebote wie Kur- und Bäderwesen, Messen, Tagungen, Ausstellungen und Events runden das abgeleitete Angebot ab.

4.2, Das Tourismusprodukt aus Nachfragersicht:

Das gesamte Angebot einer Destination ist das touristische Produkt. Das aus zahlreichen,

natürlichen und abgeleiteten Angebotskomponenten kombinierte und zusammengesetzte Produkt wird sowohl durch den Gast als auch durch die verschiedenen Leistungsträger entwickelt und gestaltet. Die Kunden nehmen dann eine Destination als eine touristische Gesamtleistung wahr, in der nur die Gesamtwirkung der Teilleistungen von Bedeutung ist. Bei der Erstellung des touristischen Gesamtproduktes 'Reise' wirken viele touristische Unternehmen, wie Reiseveranstalter, Transportunternehmen, Beherbergungsunternehmen etc. nacheinander bzw. parallel mit. Die ursprünglichen und abgeleiteten Angebotsfaktoren haben zueinander ein Komplementärverhältnis. Freyer weist auf einen sogenannten Trade-Off bzw. Ausgleich zwischen den ursprünglichen und abgeleiteten Faktoren hin. Je höher bzw. attraktiver das natürliche touristische Angebot erscheint, desto weniger sind die Maßnahmen in Bezug auf das abgeleitete touristische Angebot. Somit sind die wenig attraktiven Destinationen gezwungen, sich verstärkt um die Entwicklung des abgeleiteten Tourismusangebotes zu kümmern. Es ist allerdings zu betonen, dass häufig auch ein exklusives natürliches Angebot von einem ähnlich hochqualitativen abgeleiteten Angebot begleitet wird.

Das touristische Produkt besteht aus den Kernleistungen, wie Transport, Beherbergung, Verpflegung und wird als Basisleistung ohne Differenzierungspotenzial aus der Kundensicht verstanden. Die Zusatzleistungen verleihen der Destination Wettbewerbsvorteile und dienen zur Differenzierung gegenüber anderen touristischen Destinationen. Die Schwierigkeit besteht allerdings in der objektiven Bewertung des natürlichen touristischen Angebots. Wie benotet man Landschaft, Klima und natürliche Attraktionen um es vergleichbar zu machen? Obwohl die Bewertungen der natürlichen Angebotsfaktoren einer Region bei dem Vergleich mit den anderen Regionen subjektiv bleiben, sind sie trotzdem von Marketingrelevanz. Demgegenüber steht die Bewertung des abgeleiteten Angebotes, die weniger problematisch erscheint aufgrund der bereits bestehenden Beurteilungskriterien wie z.B. Vergebung der Gütesiegel.