

Peter Zellmann / Sonja Mayrhofer
IFT Institut für Freizeit- und Tourismusforschung

Was die Wahl des Urlaubsziels entscheidet: Ein sehr individuelles Motivbündel und vor allem ein insgesamt gutes Preis-/Leistungsverhältnis

- **Es geht bei der Auswahl eines bestimmten Urlaubsziels um ein gesamtes Motivbündel, bei dem kaum wirklich dominante Einzelfaktoren entscheidend sein dürften.**
- **Ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis, eine schöne Landschaft und Gastfreundschaft sind die wichtigsten Einzelkriterien, denen bei der Urlaubszielwahl eine vorrangige Bedeutung zukommt.**
- **Sicherheit und Sonne spielen weniger Rolle als oft angenommen.**

***Institutsleiter Prof. Peter Zellmann:** „UrlauberInnen haben eine pragmatisch realistische Vorstellung von ihrem und eine entsprechende Erwartungshaltung an ihr Urlaubsziel. Werbestrategen können sie von Ihren Einstellungen und Erfahrungen nur bedingt abbringen. Entscheidend ist aber letztlich vor allem ein subjektiv definiertes Empfinden zum jeweils angebotenen Preis-/Leistungsverhältnis. Für das Wiederkommen und das positive Erzählen über das Urlaubserlebnis sind ganz andere Kriterien entscheidend als oft angenommen: Da geht es um die persönliche Betreuung, das menschliche Wohlfühlen und die Liebe zum Angebotsdetail.“*

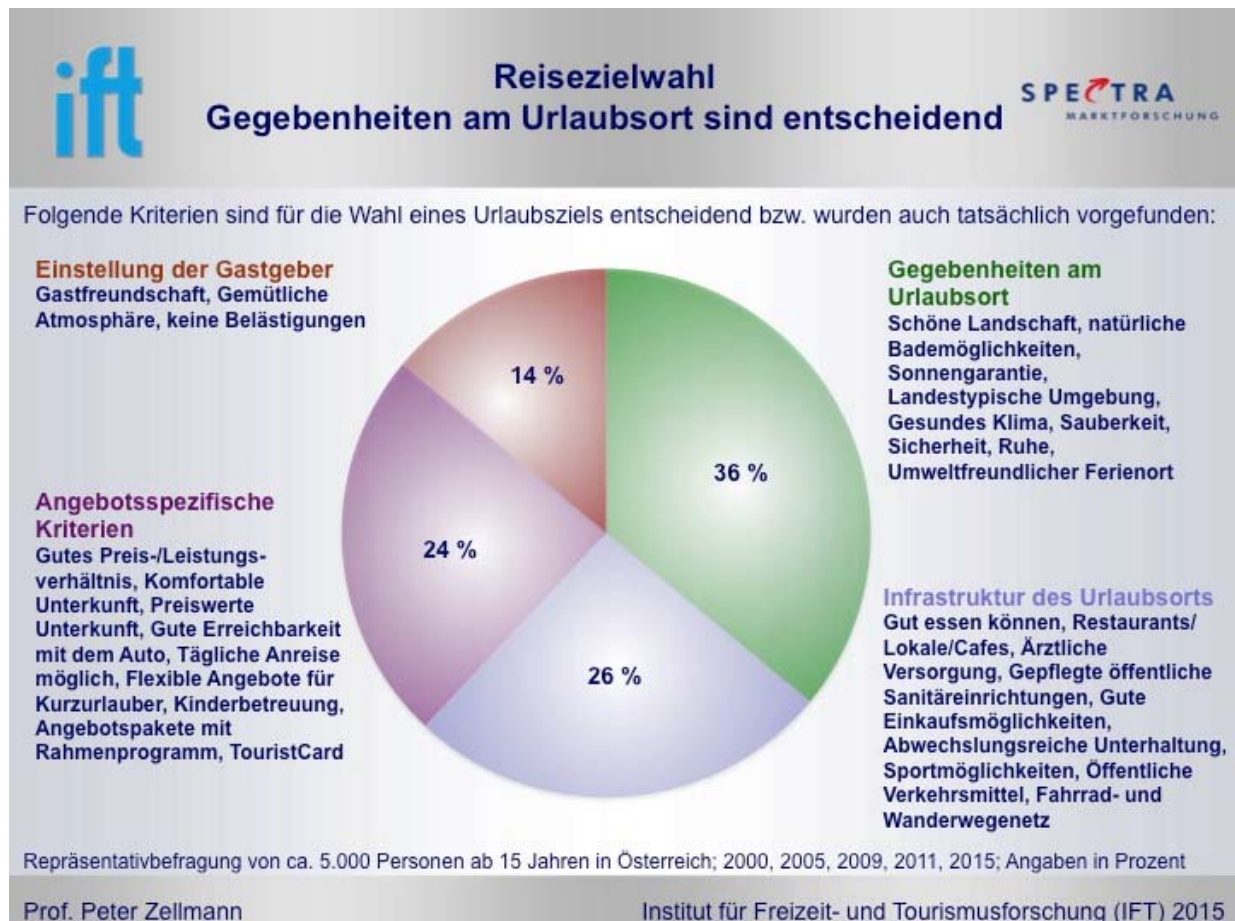
1. Die Kategorien der Entscheidungsfindung

Die „Gegebenheiten am Urlaubsort“ sind entscheidend für die Wahl eines Urlaubsziels

Bei der Wahl eines Urlaubsziels kommt es auf eine Vielzahl an Kriterien und Anforderungen an das Reiseland bzw. den Zielort an. Gruppiert man diese Kriterien, Merkmale, Eigenschaften und Anforderungen in übergeordnete Kategorien, ergibt sich folgende Reihenfolge:

- Die **„Gegebenheiten am Urlaubsort“** beinhalten die meisten Kriterien bei der Entscheidung für ein Urlaubsziel. Darunter fallen beispielsweise eine schöne Landschaft, Bademöglichkeiten oder eine mögliche Sonnengarantie.
- **„Angebotsspezifische Kriterien“** wie ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis, eine komfortable oder eine preiswerte Unterkunft bilden die nächst größte Gruppe.

- Auch die „**Infrastruktur am Urlaubsort**“ wie z.B. gut essen zu können, das Vorhandensein von Lokalen, Restaurants oder Cafés oder auch die ärztliche Versorgung fließen in die Entscheidungsfindung ein.
- Die Gruppe der „**Einstellung der GastgeberInnen**“ gegenüber den UrlauberInnen ist aber auch noch eine wichtige Grundlage für die Wahl eines Reiseziels. Gastfreundschaft und eine gemütliche Atmosphäre sind für die ÖsterreicherInnen bedeutsam.



2. Am wichtigsten sind das Preis-/Leistungsverhältnis und die schöne Landschaft

Durch die gruppenweise Zusammenfassung (Quantität) ist allerdings noch keine Aussage über die Bedeutung der unter Umständen tatsächlich entscheidenden Einzelkriterien (Qualität) für die Reisezielwahl getroffen.

Vergleicht man nämlich die Ergebnisse anhand der **einzelnen Merkmale und Anforderungen** jeweils für sich allein, dann zeigt sich, dass das Preis-/Leistungsverhältnis für die meisten ÖsterreicherInnen der wichtigste Punkt in der Entscheidungsfindung ist.

Für die Rangfolge der einzelnen Merkmale, die für die Wahl eines bestimmten Urlaubsziels eine Rolle spielen, haben wir in unserer Analyse

- einerseits die wichtigsten Auswahlkriterien bei der Wahl bzw. bei der Planung des Reiseziels
- und andererseits die Qualitätsmerkmale (Kriterien), die tatsächlich am Urlaubsort vorgefunden wurden,

zusammengefasst.

Daraus ergibt sich folgende Reihenfolge für die **zehn wichtigsten Merkmale für die Urlaubszielwahl**:

- **ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis** (52 %)
- **eine schöne Landschaft** (49 %)
- **Gastfreundschaft am Urlaubsort** (47 %)
- **gutes Essen am Urlaubsort** (45 %)
- **Bademöglichkeit am Meer oder See** (43 %)
- **gemütliche Atmosphäre** (42 %)
- **komfortable Unterkunft** (36 %)
- **Sauberkeit** (36 %)
- **preiswerte Unterkunft** (34 %)
- **gesundes Klima** (32 %)



Was sich bei dieser Aufstellung und vor allem bei der folgenden Darstellung der weniger wichtigen Entscheidungskriterien für ein Urlaubsziel zeigt, ist, dass einerseits zwar eine Vielzahl an Kriterien eine Rolle für die Entscheidung für ein bestimmtes Urlaubs-

ziel spielen können, aber dass die einzelnen Merkmale an sich in ihrer Wirkung (Dimension) oft überschätzt werden:

- „**Sicherheit**“ ist beispielsweise nur für etwas mehr als ein Viertel der ÖsterreicherInnen ein wichtiges Entscheidungskriterium in der Reisezielfindung. Das heißt, Sicherheit ist nur für eine Minderheit der Reisenden ein Thema, das wirklich entscheidend zur Wahl eines Reiseziels beiträgt; sie stellt für viele kein Kriterium dar, das für sich alleine gestellt zu einer bestimmten Wahl führt. Meist setzt man einfach voraus, dass die Sicherheit am gewählten Urlaubsziel gegeben ist.
- Auch die **Sonnengarantie** hat nur für etwas mehr als ein Viertel der UrlauberInnen eine grundlegend wichtige Bedeutung. Das heißt, auch gutes Wetter spielt nur in Kombination mit anderen Faktoren eine entscheidende Rolle bei der definitiven Entscheidung für ein Urlaubsziel, oder aber es wird für das Urlaubsziel, ähnlich wie der Sicherheitsaspekt, von vorneherein realistisch eingeschätzt.

Merkmale wie **gepflegte öffentliche Sanitäranlagen, ärztliche Versorgung oder gute Erreichbarkeit mit dem Auto** können eher als zusätzlich gewünschte Faktoren bei der Entscheidungsfindung gesehen werden, aber nicht als hauptsächlich verantwortlich für die Wahl eines Urlaubsziels.

Untergeordneter Stellenwert kommt Faktoren, wie einer **Touristcard mit Vergünstigungen, Angebotspaketen mit Rahmenprogramm** oder einem ausgebauten **Wander- bzw. Radwegenetz** zu. Solche Angebote sind sicher wichtig für Spezialisten (Zielgruppen), aber nicht für die große Masse der UrlauberInnen.



3. Resümee

Die wichtigsten Einzelkriterien bei der Auswahl eines Reiseziels sind ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, eine schöne Landschaft, Gastfreundschaft, gut essen können und Bademöglichkeiten. Zusammengenommen sind es vor allem die speziellen Gegebenheiten an einem Urlaubsort, die zu einer Reise in ein bestimmtes Reiseziel führen bzw. die dann auch tatsächlich den Wünschen der Reisenden entsprechen.

Manche dieser genannten Kriterien und Merkmale können von den Reiseanbietern, Hoteliers oder Tourismusbeschäftigten beeinflusst werden, andere nicht. Beeinflussbar sind bei der Aufzählung der wichtigsten Entscheidungskriterien das Preis-Leistungsverhältnis, die Gastfreundschaft, das gute Essen, die gemütliche Atmosphäre, Sauberkeit sowie komfortable und preiswerte Unterkünfte. Einzig die schöne Landschaft, und das gesunde Klima können nicht mitgestaltet werden. Auf den Urlaubswunsch „Bademöglichkeit“ haben die UnternehmerInnen zumindest indirekte Einflussmöglichkeiten durch zusätzliche Investitionen oder Kooperationsprojekte mit der Gemeinde. Die große Anzahl an beeinflussbaren Kriterien zeigt aber die vielfältigen Möglichkeiten, die sich anbieten, um gegebenenfalls Defizite oder weniger beeinflussbare Merkmalen ausgleichen zu können – geht es doch vor allem um ein Motivbündel, das die Urlaubszielwahl entscheidet.

Was bei der Analyse der Faktoren, die für die Auswahl eines bestimmten Urlaubsziels eine Rolle spielen, auffällt, ist, dass viele Merkmale und Eigenschaften zwar eine gewisse Rolle in der Entscheidungsfindung *mitspielen*, aber dass sie viel weniger dominant sind als oft angenommen wird (z.B. Sicherheit oder Sonnengarantie). Es geht bei der Auswahl eines bestimmten Urlaubsziels vielmehr um ein gesamtes Motivbündel, wo verschiedene Faktoren eine jeweils für sich gesehen geringere Rolle spielen weil sie „vorausgesetzt“ werden. Ein derartiges Motivbündel ist daher letztlich für jeden Reisenden sehr individuell definiert oder ausgeprägt.

Manche Entscheidungskriterien werden daher als Hauptmerkmal überschätzt, weil diese einer grundsätzlichen Erwartungshaltung entsprechen und man diese bei der Urlaubszielwahl dort von vornherein voraussetzt. Und diese Grundeinstellung gegenüber einer Destination kann durch kein noch so gutes Marketing verändert werden.

Nicht zu unterschätzen ist allerdings die Bedeutung der personenbezogenen Dienstleistung im Tourismus. Der direkte Kundenkontakt, das Eingehen auf tatsächliche, nicht unterstellte, Kundenerwartungen, Anfragen und Wünsche stellt das entscheidende und damit „wertschöpfende“ Merkmal der Dienstleistungsgesellschaft, vor allem im Tourismus, dar. In der Tourismuswirtschaft kann sie, richtig verstanden und angewandt, für Regionen und Betriebe ein Alleinstellungsmerkmal darstellen, das schließlich dann auch bei der Wahl eines Urlaubsziels seinen Niederschlag findet.