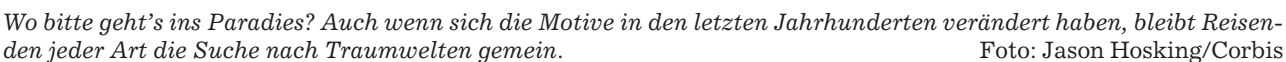


Ob entdecken oder erholen: Reisen ist die Suche nach einem besseren Leben

lichen Ausflug in sein Urlaubsprogramm mit aufnehme. Grundsätzlich, so der Wissenschaftler, sei das Reiseverhalten des modernen Konsumenten schwer zu erklären. Als sicher gilt für Lohmann nur eines: Der Mensch reist, weil er auf der Suche nach einem guten Leben, einer Idee eines guten Lebens auf Zeit ist, in der die Bedingungen besser sind als jene, die er zu Hause zurückgelassen hat. Das klingt sehr nach Utopie und Imagination und nach Flucht aus dem Alltag. „Eine Reise ist ein vortreffliches Heilmittel“.

Der Paradigmenwandel erfolgte spätestens mit Entwicklung der Industriegesellschaften. „Lust und Unterhaltung verdrängten als Motive das Reisen aus existenziellen Gründen,“ so der Dozent für Tourismuspsychologie an der Universität München, Jürgen Kegelmann. Doch dass mit der rasanten Entwicklung des Massentourismus auch gleichzeitig die Motive immer mehr wurden, halten die Experten für einen Trugschluss. So spiegelt sich für Lohmann die Entwicklung des Tourismus vielmehr in der Differenzierung der Angebote als in der radikalen Veränderung der Beweggründe wider. „Im Reiseverhalten der Konsumenten geht nichts verloren, den rohestumpften Wandersmann gibt es heute genauso wie den Pragler.“ Freilich würden sich heute vor allem im Sport-



Um sich vom gesättigten Tourismus-Markt abzuheben, seien es nach Ansicht von Lohmann und Kagemann vor allem die Reiseveranstalter, die immer wieder mit Innovationen aufwarteten. Ob Städtereien, Öko-Tourismus, Wellness-Urlaub oder Tiefschnee-Trip nach Kanada: In diesem „Pingpong-Spiel“ zwischen Reiseveranstaltern, Sportgeräteherstellern und Kunden stiegen die Erwartungen an die Alternativen ständig, sagt Lohmann. Dies bedeute aber nicht, dass die verschiedenen Möglichkeiten von den Kunden dann auch tatsächlich genutzt würden. Allein die Auswahl zu haben, sei entscheidend. „Für die Anbieter wird es schwierig, sich auf weitere Spezialisie-

Diese Frage knüpft sich nach Einschätzung der Experten in Zukunft besonders an die veränderten Erwartungen der älteren Urlauber zwischen 70 und 80 Jahren. Mit dem demografischen Wandel verschieben sich auch die Zielgruppen. Diese werden für Lohmann neben den Senioren vor allem Familien mit ein bis zwei Kindern sein. Zusätzlich halte der Trend hin zum individuellen Reiselstil weiterhin an. Immer mehr Angebote basierten demnach auf dem so genannten Baukastenprinzip. Die Grenze zwischen individualistisch gefärbtem Massentourismus und jenen, die wirklich alles selbst planen, verwische sich damit zunehmend.

MICHAEL GRIMM



Porto Petro - Mallorca






Unser Sommerangebot (vom 20.7. bis 15.9.)

193€

Person / Tag
 1. Kind (2-12 Jahre) bei 2 Erwachsenen pro Zimmer ist kostenfrei

Der Preis ist pro Person und Nacht im Doppelzimmer mit Frühstück. Aufpreis für Vollpension inkl. Wein, Wasser und Erfrischungsgetränken während der Mahlzeiten 45 € pro Person.

Im Preis inbegriffen:

- Nutzung des Nassbereiches des SPA und des Fitnessstudios
- Nutzung der insgesamt 10 Tennis- und 2 Padelplätze
- Nutzung von Segel- und Tauchsportangeboten
- Spanisches und Japanisches Spezialitätenrestaurant (bei Vollpension)
- Miniclub für Kinder mit Animation und Betreuung

10 Villen mit eigenem Pool oder Whirlpool

Blau

Hotels & Resorts

Information und Reservierung

per Telefon +34 902 22 20 70 oder +34 971 64 82 82

per email ventas1@blau-hotels.com oder resortpetro@blau-hotels.com

direkt unter www.blau-hotels.com oder in Ihrem Reisebüro

one of the



GREAT HOTELS
OF THE WORLD