

Das Internet als Treiber des Wandels des Städtetourismus und mögliche Folgen für die Zukunft der Städte

Fragestellung & Relevanz

Die Tourismusbranche befindet sich in einem rasanten Wandel. Die technologische Weiterentwicklung des Internets hat nicht nur Einfluss auf das Buchungsverhalten, sondern zunehmend auf alle Phasen des Reisens und verändert die Art und Weise, wie Touristen ihre Destination erleben. Die zunehmende Nutzung von mobilen Geräten und internetbasierten Reiseplanungstools, Preisvergleichssystemen, sozialen Medien und standortbezogenen Diensten führt dazu, dass Reisende über ein immer breiteres Informationsspektrum und neue Handlungsmöglichkeiten verfügen, und dass sich ihre Erwartungen an das Reiseerlebnis ändern. Gepaart mit den Prämissen der sozialen Beschleunigung bedienen Städtereisen diese Erwartungshaltungen in besonderem Maße. Es soll untersucht werden, welches mögliche zukünftige Folgen für die Stadtentwicklung sind.

Das Internet verändert das Reiseverhalten...



... und durchdringt zunehmend alle Reisephasen

Methodik:

Trend-, Literaturrecherche und Expertengespräche

Literatur

IPK International (2014). *ITB World Travel Trends Report 2014/2015*. Berlin, Messe Berlin GmbH.

Rosa, H., 2014, *Beschleunigung: die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. 10. Auflage. Frankfurt am Main, Suhrkamp.

Wiegand, G., Schrader, R., Lohmann M. (2015, März). *Reiseanalyse 2015*, Erste Ergebnisse [PowerPoint Präsentation]. Präsentiert während der ITB 2015, Berlin.

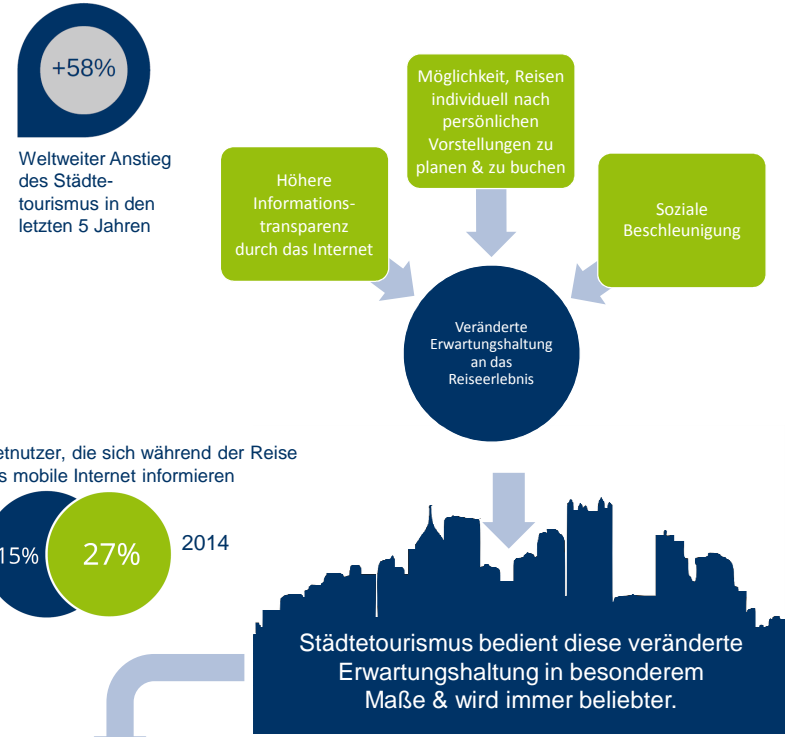
Zimmerman, C., Hansen, K., Vatrapu, R. (2014) A Theoretical Model for Reverberations of City Spaces and Public Places. *International Journal of Electronic Government Research*, 10 (1), pp. 46-62, January-March 2014.

Kontakt

Kerstin Bock

Masterstudiengang Zukunftsforschung – Freie Universität Berlin
E-mail: Kerstin@zedat.fu-berlin.de

Wandel des Städtetourismus



Mögliche Gründe:

- Steigerung der Erlebnisrate durch urbane Angebotsdichte.
- Suche nach authentischen Erlebnissen und Abgrenzung vom „Main Stream“.
- Mobiles Internet ermöglicht Angebotsrecherche und Buchung einer Vielzahl von Leistungen vor Ort.
- Durch Social Media Kanäle können die angesagtesten Locations, Stadtviertel, Bars und Clubs ausfindig gemacht werden, die ein authentisches Erlebnis versprechen. Hierdurch, und durch die Möglichkeit, in Privatwohnungen zu übernachten (z.B. Airbnb), wird das kurzzeitige Annehmen einer fremden Identität (eines Einheimischen) ermöglicht.
- Vielzahl an Erlebnisepisoden innerhalb kürzester Zeit eignen sich optimal für Selbstinszenierung auf Social Media Kanälen.

Mögliche Folgen für urbane Destinationen:

- Grenzen zwischen Touristen und Einheimischen verschwimmen zunehmend.
- Besser informierte Touristen halten sich nicht mehr ausschließlich in den üblichen touristischen Bezirken auf, sondern öfter auch in Wohnbezirken mit ihren Cafés, Bars, Märkten, etc.
→ Geschäfte & Gastronomie passen sich veränderter Nachfrage mit der Zeit an.
→ Modifizierung des Stadtbildes, Verlust der Identität & des Charakters einzelner Stadtteile, aber auch wirtschaftliche Chancen.
- "Overcrowding" durch Touristen, Meidung einzelner Stadtteile von Einheimischen, Verlust an Lebensqualität.
- Gefahr der Ablehnung von Tourismus durch Einheimische & der Entstehung von Fremdenfeindlichkeit.
- Traditionelle Touristikunternehmen (z.B. Hotels) geraten durch die Sharing Economy zunehmend unter Preisdruck.
- Beschleunigung der Gentrifizierung, Wohnraumverknappung & Anstieg von Immobilienpreisen.
- Social Media Kanäle verändern die Wahrnehmung von Orten bzw. verleihen ihnen neue Bedeutung.
- Internetbasierte Technologien eröffnen die Möglichkeit, die touristische Erschließung bestimmter Stadtteile (und damit ihre zukünftige Entwicklung) zu beeinflussen (mögliche Chance für Stadtplaner oder Tourismusorganisationen).