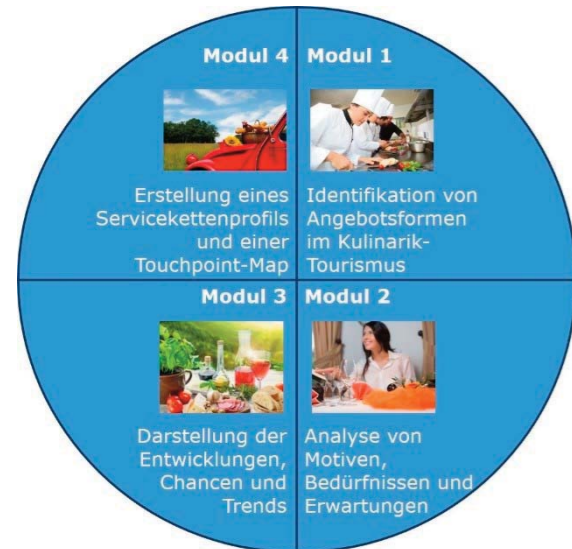


Kulinarik-Tourismus in Österreich

Die Bedeutung des Themas Kulinarik für die Tourismusbranche nimmt stetig zu, denn sie ist ein wichtiger Teil des Urlaubserlebnisses.

In der Studie „Kostbares Österreich“ der FH-Krems, beauftragt durch das BMFWF, wurde die Wechselwirkung von Kulinarik und Tourismus näher beleuchtet:

- Angebotsformen des Kulinarik-Tourismus
- Motive, Bedürfnisse und Erwartungen bestehender und potentieller Kundengruppen
- Expert/innenanalysen aus den Bereichen Landwirtschaft, Gastronomie, Ernährungswissenschaft, Vermarktung und Regionalentwicklung zu Chancen und Trends
- Servicekettenprofile
- Nationale und internationale Best-Practice-Beispiele



Modul 1 - Angebotsformen im Kulinarik-Tourismus

Das kulinarische Angebot in Österreich wird derzeit von **traditioneller Küche** dominiert, ergänzt um eine **moderne und gesundheitsbewusste Interpretation**. Die Basis bilden **regionale und saisonale Produkte**. Eine klare und wahrnehmbare Positionierung ist jedoch nur schwer erkennbar.

Wein, Bier sowie Spirituosen und Edelbrände dominieren den Getränkesektor. Bei Lebensmitteln überwiegen Fleisch- und Wurstwaren, Milch und Milchprodukte sowie Mehlspeisen und Süßes. Bei regionsspezifischen kulinarischen Produkten ist ein Ost-West-Gefälle bemerkbar, wie die im Rahmen des Projekts entwickelte „Culinary Map“ zeigt - besondere Bedeutung hat Kulinarik in der **Steiermark, in Wien, Niederösterreich, Kärnten und Oberösterreich**. Bemerkenswert ist die Bündelung regionaler Angebote in „**kulinarischen Hotspots**“. **Wein** ist mit Abstand wichtigster „Treiber“ von Kulinarik-Tourismus in Österreich.



Viele Destinationen setzen bereits auf regionale Kulinarikangebote und integrieren diese bewusst in das touristische Angebot. Auch wenn reine Kulinarikreisen noch die Ausnahmen sind, hilft eine klare eigenständige (kulinarische) Identität bei der Positionierung.

Modul 2 - Motive, Bedürfnisse und Erwartungen bestehender und potentieller Kundengruppen im Kulinarik-Tourismus

Kulinarik spielt bei der Destinationswahl der Gäste eine **wichtige** Rolle, ist aber **nur selten das ausschlaggebende Kriterium**. Ein fehlendes kulinarisches Angebot kann jedoch einen Ausschlussgrund für eine Destination darstellen.

Haupt-Assoziationen zur Kulinarik nach Bundesländern



International werden **Italien und Frankreich** als kulinarische **Destinations wahrgenommen**, Österreichs Image ist deutlich weniger ausgeprägt. Dort, wo aber in Österreich starke regionaltypische Produkte vorhanden sind, oft unterstützt von Marketinginitiativen wie den „Genuss-Regionen“, gewinnt Kulinarik deutlich an Bedeutung und hat Einfluss auf **Image, Reiseentscheidung und Konsumentenbindung**.

Eine Befragung von österreichischen und deutschen Gästen zum Thema Kulinarik zeigt doch deutliche Unterschiede. Wenn auch die Qualität von allen Befragten als hoch eingeschätzt wird, bewerten die Österreicher/innen das kulinarische Angebot deutlich besser.

Positionierungsmatrix aus Sicht der ÖsterreicherInnen



Unabhängig vom Reisemotiv sind Genuss und Kulinarik auf Reisen wichtig und prägen das **Image** einer Destination mit. Ca. 30% der Urlaubsausgaben werden für Speisen und Getränke aufgewendet.

Modul 3 - Entwicklungen, Chancen und Trends im Kulinarik-Tourismus

Laut Expert/innen hat sich die Zusammenarbeit zwischen Erzeuger/innen und Landwirt/innen mit dem Tourismus verbessert, auch wenn es noch Potential gibt. Vorteilhaft auf das Verhältnis wirken sich kurze Lieferketten und langfristige Kooperationen zwischen touristischen Angeboten (in erster Linie Gastronomie) und Landwirtschaft aus, Herausforderungen bestehen hingegen im Bereich **Logistik**.

Die anhaltende Globalisierung verstärkt den **Trend zur Regionalität**. Die traditionelle **österreichische Küche** mit ihren regionalen Ausprägungen profitiert von dieser Entwicklung und erfreut sich trotz veränderter Ernährungsgewohnheiten weiterhin **großer Beliebtheit**. **Ehrlichkeit, Transparenz und Rückverfolgung** werden weiter an Bedeutung gewinnen. Neue gesetzliche Reglementierungen im Bereich Kulinarik, insbesondere **Kennzeichnungsvorschriften**, bergen aber die Gefahr der Einschränkung bei Kreativität und Individualität, bieten aber auch Chancen. Die steigende Qualität in der heimischen Lebensmittelproduktion kommt der österreichischen Küche zugute, dennoch bedarf es einer Schärfung des kulinarischen Profils.

Modul 4 - Servicekettenprofile für Kulinarik-Tourismus-Destinationen

Entlang der Servicekette zeigt sich, dass **viele kleine Bausteine das Gesamterlebnis** einer Reise beeinflussen. Während Kulinarik für Gourmetreisende von großer Bedeutung ist und sich in der Servicekette leicht und umfangreich verankern lässt, kann sie bei anderen Reisenden aber als Zusatzthema platziert werden. Hier gilt es, Kulinarik als wichtigen Bestandteil des oft im Vordergrund stehenden Genuss-Motivs zu integrieren.

Fazit

Um Österreich als kulinarische Tourismus-Destination weiter zu stärken, braucht es laut Studie:

- Gliederung Österreichs in kulinarische Destinationen
- Schaffung von Gebietsdachmarken mit ausreichenden Produktionsmengen und Gebietsschutz
- verstärkte strategische Partnerschaften zwischen Erzeuger- und Tourismusregionen
- bessere Verfügbarkeit von Regionalprodukten im Handel und in der Gastronomie
- Verankerung von regionaler Kulinarik in der Ausbildung an allgemeinen Schulen und Berufsfachschulen
- kontinuierliche Forschung in enger Abstimmung mit Produzenten, Vermarktern und Tourismusorganisationen

Link zur Studie:

www.bmwf.wg.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen

Kostbares Österreich

Studie im Auftrag des BMWFW
Kurzfassung, Mai 2015

