

Summary der Diplomarbeit „Städtetourismus in Lissabon – eine Destination auch für junges Publikum?“

vorgelegt von: Manon Leners

vorgelegt bei: Prof. Dr. Kagermeier
Prof. Dr. Eberle

Lissabon – die weiße Stadt am Tejo. Sie ist dekadent-verfallen und zugleich majestätisch schön. Diese Gegensätze könnten ein Grund dafür sein, dass immer mehr Touristen die portugiesische Hauptstadt aufsuchen. 2011 reisten rund 6,4 Millionen Menschen nach Lissabon, um eine der ältesten europäischen Metropolen zu besuchen. Dabei sprechen die Reiseveranstalter vor allem eine traditionelle Klientel an. Demgegenüber sollen in der vorliegenden Arbeit die jungen Touristen untersucht werden, die nach Lissabon reisen.

Eine wichtige Frage, die dabei geklärt werden sollte, war die, ob die Stadt Lissabon etwas für jene Zielgruppe zu bieten hat.

Global gesehen nimmt seit Jahren die Zahl der Städtetouristen stetig zu. Der Trend zu immer kürzeren, dafür aber mehreren Reisen ist ungebrochen. Insgesamt ist langfristig eine Tendenz zu kürzeren Urlaubsreisen festzustellen, wobei sich die Aufenthaltsdauer der Touristen in bestimmten Marktsegmenten extrem unterscheidet; die der Städtereisen beträgt in der Regel nur wenige Tage.

Das Hauptmerkmal der vorliegenden Arbeit bestand darin zu analysieren, in wie weit die jungen Touristen eine entscheidende Rolle im Städtetourismus in Lissabon spielen.

Anhand des Methodenmixes, sprich quantitativer und qualitativer Analyse, wurden wichtige Erkenntnisse in Erfahrung gebracht, die zu den späteren Handlungsempfehlung dienen.

Es wurde ersichtlich, dass die Stärken Lissabons das Klima und die Strände, sowie die zahlreichen Kontraste und die Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Einwohner sind. Die Kontraste der Stadt beschränken sich nicht nur auf die baulichen und architektonischen Verschiedenheiten; die Mehrzahl der befragten Personen gab an, dass vor allem die Abwechslung zwischen Großstadtleben auf der einen Seite und die zahlreichen Strände auf der anderen Seite sie nach Lissabon gelockt hat. Als Schwäche hingegen gilt das fehlende Image der Stadt, die allgemeine Sicherheit, die nicht überall gegeben ist sowie die mangelnde Beschilderung der Sehenswürdigkeiten und die

Sprachbarrieren, die öfters auftauchen.

Nach intensiven Recherchen vor Ort und nach dem Gespräch mit einigen Experten wurde festgestellt, dass es in Lissabon viele Musikfestivals gibt, die zahlreiche junge nationale, aber auch internationale Leute anziehen. Dies könnte als Chance angesehen werden, da es dadurch zu einer Steigerung des Touristenaufkommens kommen könnte.

Die aktuelle Wirtschaftskrise, die das Land am Rande Westeuropas nicht verschont hat, könnte sich negativ auf den Tourismus auswirken. Außerdem besteht durch zu viele junge Touristen die Gefahr, dass Lissabon zu einer „Party-Stadt“ verkommen könnte. Dies könnte sich negativ auf die etablierten kulturorientierten Touristen auswirken.

In der folgenden Tabelle sind die Stärken und Schwächen, aber auch die Chancen und Risiken der Stadt Lissabon, noch einmal zusammengefasst.

SWOT-Analyse des Städtetourismus in Lissabon für junge Touristen

Stärken - Klima & Strand - Kontraste - Einwohner	Chancen - Festivals → Steigerung des Touristenaufkommens
Schwächen - Image - Sicherheit - Beschilderung & Sprachbarrieren	Risiken - Wirtschaftskrise - „Verpartyisierung“

Quelle: Eigene Erhebung & Konzeption

Die Handlungsempfehlungen, die auf der SWOT-Analyse basieren, richten sich zum einen an die Verantwortlichen des Tourismus in Lissabon – in diesem Falle die *Associação Turismo de Lisboa* und *Turismo de Portugal* –, zum anderen an die Stadtverwaltung.

Mit gezielten Spezialseiten im Internet könnten jugendliche Touristen auf die Stadt aufmerksam gemacht werden. Ebenso wäre dies durch ein nationales und internationales Marketing (Werbeplakate, Tourismusmessen, soziale Netzwerke) möglich. Auch das Kreieren eines Images würde zu einem besseren Wiedererkennungswert beitragen. Der Slogan könnte dabei folgendermaßen lauten: **Lissabon - Europas kontrastreichste Hauptstadt am Meer.**

Die Stadtverwaltung hingegen muss für ausreichende Sicherheit in den Ausgehvierteln sorgen, damit die Touristen ihre Zeit unbeschwert genießen können. Außerdem soll eine bessere Beschilderung dem Ortsfremden die Orientierung erleichtern. Zudem könnten die Sprachbarrieren

mittels kostenloser Kurse für die im Tourismusbereich arbeitenden Personen gelöst werden. Schließlich sollen aber vor allem die jungen Touristen aufgrund von Ermäßigungen die vielen Attraktionen, die die Stadt bietet, besuchen.

Obwohl in Lissabon viele Aspekte darauf hindeuten, dass Potential für eine junge Zielgruppe vorhanden ist, wurde dies noch nicht von den Verantwortlichen erkannt. Die zahlreichen Hostels, die internationale Preise als Beste weltweit gewonnen haben, sprechen für Qualität und Standard und dienen gleichzeitig der Stadt als Werbung. Ferner ist eine Touristeninformation vorhanden, die sich speziell auf junge Reisende konzentriert.

Eine intensivere Beschäftigung mit dem Thema Nachtleben ergab, dass die typischen Ausgehviertel zwar bekannt sind, die Resonanz aber noch nicht so groß ist wie in anderen europäischen Städten. Was die verschiedenen touristisch geprägten Stadtteile betrifft, so konnte konstatiert werden, dass die portugiesische Hauptstadt trotz ihres geringen Bekanntheitsgrades anderen europäischen Großstädten ebenbürtig ist. Durch die Untersuchung stellte sich außerdem heraus, dass die jungen Touristen neben den Ausgehvierteln auch die klassischen Touristenviertel besuchen.

Letztendlich kann festgestellt werden, dass die jungen Touristen eine sehr wichtige Zielgruppe sind, die jedoch leider noch nicht als solche anerkannt wurde. In Lissabon sind zwar einige Ansätze da, die aus ihr eine erfolgreiche Destination für junge Touristen machen könnten, diese sind allerdings noch nicht ausgereift.