

## ITM Bachelor 1. Sem 8029: Introduction International Tourism Management

### DEMAND SIDE: Leisure Tourists Behaviour

**Beyond personal perspective**











Everybody is different - but all tourists look the same...:

- Segmentation helps to understand differences in tourists behaviour.

### **Emic and Etic views of tourism behaviour**

**Emic** - **Inside** view - by the acting person, directly culture-specific

**Etic** - **analytical** view - by an outside observer (scientist, manager), only indirectly culture-specific

Example: Family and holiday

Do you think it is normal to spend the holidays:

- alone (without partner/spouse/children)
- with friends without family (*Fussballfreunde, Damenkränzchen*)
- with partner/children without extended family
- with extended family

- Understanding the tourists better than the tourists understand themselves

**Please name some examples of emic and etic aspects of tourists behaviour you know**

### **Why look into Tourism Behaviour?**

Segmentation

Customization <-> Standardization

#### **Reisebausteine Brasilien**

Hinter diesem Begriff verbergen sich mehrtägige Reisepakete, die zu Ihrer Bequemlichkeit schon in großen Teilen vororganisiert worden sind, wenn Sie Ihr Reiseziel erreichen. Verschiedene Leistungen wie Transfers, Übernachtungen, Mahlzeiten und Exkursionen werden gebündelt und können als Ganzes gebucht werden.

Die Reisebausteine sind so konzipiert, dass sie ein optimales Erleben von Natur und Kultur am Reiseziel möglich machen, können aber in vielen Fällen Ihren persönlichen Bedürfnissen angepasst werden.

**Bitte wählen Sie einen Ort aus:**



Creating products for **contradictory** demand and behaviour structures

**Example: Wellness tourism**



Contact: Prof. Dr. Wolfgang Georg Arlt *FRGS*

Bachelor and Master Program *International Tourism Management*  
[arlt@fh-westkueste.de](mailto:arlt@fh-westkueste.de), Office 2.018, Tel. 0481 8555-513  
Consultation hours (during lecture period): Tuesday 16.00 - 17.00 h

