

Klein, Anna

Working Paper

All inclusive Urlaub: Sorglosigkeit als Reisekonzept

IU Discussion Papers - Hospitality, Tourismus & Event, No. 1 (Januar 2024)

Provided in Cooperation with:

IU International University of Applied Sciences

Suggested Citation: Klein, Anna (2024) : All inclusive Urlaub: Sorglosigkeit als Reisekonzept, IU Discussion Papers - Hospitality, Tourismus & Event, No. 1 (Januar 2024), IU Internationale Hochschule, Erfurt

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/281776>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

www.iu.de

IU DISCUSSION

PAPERS

Hospitality, Tourism and Event

All inclusive Urlaub: Sorglosigkeit als Reisekonzept

ANNA KLEIN

IU Internationale Hochschule

Main Campus: Erfurt

Juri-Gagarin-Ring 152

99084 Erfurt

Telefon: +49 421.166985.23

Fax: +49 2224.9605.115

Kontakt/Contact: kerstin.janson@iu.org

Autorenkontakt/Contact to the author(s):

Prof. Dr. Anna Klein

ORCID-ID: 0000-0002-0183-1012

IU Internationale Hochschule - Campus Augsburg

Zugspitzstraße 179/181

86165 Augsburg

Telefon: +49-0821 89996160

Email: anna.klein@iu.org

IU Discussion Papers, Reihe: Hospitality, Tourism and Event, Vol. 3, No. 1 (JAN 2024)

ISSN-Nummer: 2750-0691

Website: <https://www.iu.de/forschung/publikationen/>

ALL INCLUSIVE URLAUB: SORGLOSIGKEIT ALS REISEKONZEPT

Anna Klein

ABSTRACT:

Der Beitrag beschäftigt sich mit der Entwicklung, den Angeboten und der Nachfrage von All-inclusive-Reisen. Der All-inclusive-Urlaub hat in den letzten Jahren ein negatives Image abgelegt und erfreut sich zunehmender Beliebtheit bei deutschen Reisenden, insbesondere in Ländern wie der Türkei, Ägypten und der Dominikanischen Republik. Das Konzept spricht vor allem Familien mit Kindern an, die nach Sicherheit und Entspannung suchen. Ein Fallbeispiel eines All-inclusive-Hotels in der Türkei, das Perissia Hotel, zeigt die steigenden Ansprüche der Gäste und die Herausforderungen für die Hotels, diesen gerecht zu werden. Kritisch betrachtet wird das All-inclusive-Konzept wegen der negativen Bilanz in Bezug auf Nachhaltigkeit, Lebensmittelverschwendung und der Abgrenzung von der lokalen Kultur. Es werden jedoch auch Ansätze gezeigt, wie Hotels und Gäste dem entgegenwirken können.

This article looks at the development, supply and demand for all-inclusive holidays. All-inclusive vacations have shed their negative image in recent years and are becoming increasingly popular with German travelers, especially in countries such as Turkey, Egypt and the Dominican Republic. The concept particularly appeals to families with children who are looking for safety and relaxation. A case study of an all-inclusive hotel in Turkey, the Perissia Hotel, shows the increasing demands of guests and the challenges for hotels to meet them. The all-inclusive concept is viewed critically due to its negative impact on sustainability, food waste and its detachment from the local culture. However, approaches are also shown as to how hotels and guests can counteract this.

KEYWORDS:

All inclusive, Pauschalreise, Türkei

JEL: O

AUTORIN



Prof. Dr. Anna Klein ist Professorin für Tourismusmanagement und akademische Leitung für die Region Süd-Ost an der IU Internationale Hochschule Duales Studium. Darüber hinaus ist sie Vizepräsidentin der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e. V. (DGT) und Mitglied im Wissenschaftsbeirat des Bayerischen Zentrums für Tourismus e. V. Schwerpunkte ihrer Arbeit sind Digitalisierung im Tourismus, Destinationsmanagement und nachhaltiger Tourismus. Sie verfügt über jahrelange praktische Erfahrungen im Tourismusbereich, die sie als Senior Consultant bei BTE Tourismusberatung und Regionalberatung in Berlin sammeln konnte. Sie war dort für die internationalen Projekte, insbesondere in Ost- und Südosteuropa, verantwortlich.

Einleitung

Campingtourismus, Wandertourismus, Rundreise, Sprachreise, Backpacking – zahlreiche Arten des Reisens bieten unterschiedliche Möglichkeiten, die Welt zu erkunden. Unter diesen vielfältigen Formen des Tourismus nimmt der All-inclusive-Urlaub eine besondere Stellung ein. Auf der einen Seite zählt er zu den wachsenden touristischen Marktsegmenten in Deutschland (Verband Internet Reisevertrieb e.V., 19.09.223). Auf der anderen Seite haftete ihm lange ein schlechtes Image an, was unter anderem auf die Qualitätsprobleme mancher Anbieter zurückzuführen war, verursacht durch Kosteneinsparungen beim Essen und Getränken oder Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden (Arbelo-Pérez et al., 2019, S. 906). Dies spiegelte sich in negativen Presseberichten wider, wie beispielsweise folgender Beschreibung des Reisejournalisten Mikka Bender entnommen werden kann: „*All-inclusive bedeutet (...) in erster Linie Massenabfertigung, fades, geschmackloses Essen und schlechten Service*“ (Altrock, 2013). In den Jahren nach der Corona-Pandemie haben All-Inclusive-Konzepte allerdings noch stärker an Bedeutung gewonnen, was in erster Linie auf das gesteigerte Bedürfnis der Reisenden an Kostenkontrolle zurückzuführen ist (Bartneck, 2022). Vor dem Hintergrund wird im folgenden Beitrag die Grundidee des Konzeptes vorgestellt, die Angebots- und Nachfrageseite beschrieben und ein Fallbeispiel eines All-inclusive-Hotels in der Türkei vorgestellt. Zuletzt folgt eine kritische Auseinandersetzung mit dem Konzept.

Geschichte des All-inclusive-Konzepts

Die Erfindung der All-inclusive-Urlaubsidee proklamiert der französische Anbieter Club Med für sich. Der Anfang in den 1950er-Jahren war äußerst unspektakulär – die Übernachtung in kargen Armeezelten auf Mallorca, mit Sport und gemeinsamen Aktivitäten als eine Art Therapie für die nach dem zweiten Weltkrieg kaputten Seelen der Gäste (Club Méditerranée Deutschland GmbH, o.D.). In Deutschland wurde die Idee durch TUI mit dem Robinson Club Anfang der 1970er Jahre aufgegriffen. Bei den beiden Anbietern standen das gemeinschaftliche Erleben und sportliche Aktivitäten im Vordergrund. Ganz anders als beim weiteren Pionier des All-inclusive-Konzepts – dem jamaikanischen Hotelunternehmen Superclubs, wo Ende der 1970er Jahre die Idee eines Resorts, also einer abgeschlossenen Anlage, aus der Notwendigkeit geboren wurde, die Gäste von dem Drogenhandel und Prostitution rund um das Hotel abschotten zu müssen (FOCUS Online, 2004).

Seitdem hat All-inclusive-Urlaub eine beeindruckende Karriere hinter sich, auch wenn der Begriff keinesfalls fest definiert ist. Im Tourismus-Lexikon findet man unter dem Stichwort All inclusive folgende Beschreibung: „*Aufenthalt in einer Club- oder Hotelanlage bei dem neben allen Mahlzeiten ... auch alle Getränke ... im Preis inbegriffen sind*“ (Mundt, J. W., Fuchs, W. & Zollondz, H.-D., 2008, S. 28).

Ist also ein All-inclusive-Urlaub mit einem Cluburlaub gleichzusetzen? Nicht unbedingt - die beiden Begriffe sind zwar stark miteinander verwandt, beziehen sich allerdings auf unterschiedliche Aspekte. Die Bezeichnung „All-inclusive-Urlaub“ fokussiert den Aspekt der Bezahlung der einzelnen Angebotsbestandteile, die im Voraus als eine Art Flatrate erfolgt. Der „Cluburlaub“ dagegen bezieht sich auf den Aspekt des Angebotsumfangs – dieser beinhaltet auf alle Fälle verschiedene Sportaktivitäten und Kinderbetreuung. Demzufolge wird ein Cluburlaub sehr oft nach dem All-inclusive-Prinzip konzipiert, zum Beispiel bei dem selbsternannten Erfinder des Konzepts dem Club Med (Club Med, o.D.). Das dies aber nicht zwangsläufig der Fall sein muss, zeigt sich am Beispiel des Robinson Clubs, wo die

Hälfte der Anlagen „nur“ Vollpension anbietet (Robinson Club GmbH, o.D.). Umgekehrt betrachtet ist mittlerweile das Angebot von den meisten All inclusive Hotelanlagen so umfangreich geworden, dass die Grenze zu einer Clubanlage nicht wirklich klar ist. Dies hängt sehr stark mit den steigenden Ansprüchen der Gäste zusammen, auf die noch später eingegangen wird.

Angebot und Nachfrage

In den letzten ein bis zwei Jahren haben zunehmend viele deutsche Reisende eine Entscheidung für eine All-inclusive-Reise getroffen, insbesondere wenn sie in die Länder wie Türkei, Dominikanische Republik, Ägypten oder Tunesien verreisen (Bartneck, 2022). Hier haben sich die hiesigen Hoteliers auf das Konzept spezialisiert, so dass man davon ausgeht, dass bis zu 90 % der Angebote für diese Destinationen als All inclusive Reise (und hier allen voran als Angebot im Bereich der 4 und 5 Sterne Hotellerie) konzipiert sind.

Das Konzept spricht vor allem die Zielgruppe der Familien mit Kindern an (Günaydin et al., 2022, S. 444). Im Vordergrund stehen die Motive wie „Kräfte tanken“, „gutes Essen genießen“, „sich um nichts kümmern müssen“ und „dem grauen Winter in Deutschland“ zu entfliehen, also die typischen Push-Faktoren. Damit verbunden ist das Bedürfnis nach Sicherheit (Oğuz et al., 2022, S. 579) - sowohl im Hinblick auf sichere, überschaubare („kontrollierbare“) Umgebung (durch Service aus einer Hand und vollständige Übernahme der Organisation), aber auch im Hinblick auf Kostenkontrolle. Die zuletzt genannte spielt in der letzten Zeit aufgrund der erhöhten Inflation eine besonders große Rolle. Stefan Baumert – der Chef von TUI Deutschland beschrieb bereits Ende 2022 die Entwicklung im Gespräch mit der fvw wie folgt: „*Der Trend geht zu Vollkasko fürs Budget*“ (Münck, 2022). Als Folge dessen bietet TUI beispielsweise bei fast alle eigenen Hotels, die im Sommer 2023 hinzugekommen sind, das All Inclusive Konzept an.

Fallbeispiel Perissia Hotel in Side

Das 5-Sterne-Hotel „Perissia“¹ liegt in der Nähe von Side an der Mittelmeerküste und gehört einer einheimischen Hotelkette an, die insgesamt neun Hotelanlagen in der Region betreibt. Das Hotel hat vom Anfang an, d.h. seit der Eröffnung 1997 auf das All inclusive Konzept gesetzt. Damit eng verbunden ist die Gestaltung der Vertriebskanäle – die allermeisten Gäste kommen über einen Reiseveranstalter wie zum Beispiel TUI. Im Sommer, wo die Auslastung bei nahezu 100 % liegt, sind es vor allem deutsche und englische Familien, im Winter dagegen deutsche Rentner, wobei dann die Auslastung eher bei 30 bis 40 % liegt. Der ganzjährige Betrieb hebt das Perissia Hotel von vielen anderen Anlagen an der türkischen Küste ab – diese machen nämlich im Winter zu (Günaydin et al., 2022, S. 444). Und noch eine Besonderheit – die auffallend viele russisch sprechende Gäste kommen nicht direkt aus Russland, sondern aus der Region selbst – es sind nach Antalya ausgewanderte russische Bürger.

¹ Die Informationen zum Hotel wurden durch die Autorin während eines Aufenthalts vor Ort im Januar 2023 erhoben und basieren auf eigenen Beobachtungen und einem Interview mit dem Front Office Manager des Hotels.

Abb. 1 Das All-inclusive_Hotel Perissia – Blick auf die Außenanlagen



Quelle: Eigenes Bild (2023).

Das vom Hotel angebotene Konzept wird als „luxury ultra all inclusive“ bezeichnet und beworben. Die Entwicklung vom ursprünglichen „All inclusive“ (Verpflegung und Getränke in Form eines Buffets während der „normalen“ Betriebszeiten) über „Ultra All inclusive“ (Verfügbarkeit der Verpflegung 24 h) bis hin zu der „luxury“-Variante (zusätzlich zwei a la carte Restaurants) zeigt exemplarisch die Entwicklung der Ansprüche der Gäste. Mit dem steigenden Erfahrungsgrad wachsen die Erwartungen – sind die „All inclusive Einsteiger“ noch begeistert, dass man Getränke jederzeit ohne Mehrkosten bestellen kann und die Kinderbetreuung angeboten wird, erwarten die Hotelgäste mit mehr All-inclusive-Erfahrung eine rund um die Uhr Verpflegung und die „All-inclusive-Profis“ eine Gourmet-Küche auf Sternenniveau und ein Entertainment-Programm a la Las Vegas.

Die steigenden Ansprüche der Gäste stellen die betroffenen Hotels vor der Herausforderung, sich selbst ständig übertreffen zu müssen, um in dem hart umkämpften Markt zu bestehen. Die hohe Auslastungsquote im Sommer, die Winteröffnung und der hohe Anteil der Stammgäste von rund 70 bis 80 % zeigt, dass das Hotel Perissia sich erfolgreich dieser Herausforderung stellt. Der Grund dafür könnte im angebotenen Service liegen, was durch das Zitat des Front Office Managers wie folgt ausgedrückt wird: „Gäste sind ein Gottesgeschenk“. Das Hotel ist bestrebt, den Gästen das Gefühl zu vermitteln, ein Teil einer Familie zu sein. Und dies gelingt vor allem durch die freundlichen, professionell agierenden und aufmerksamen Mitarbeitenden, die zum großen Teil seit vielen Jahren im Hotel angestellt sind, auch während der zwangsverordneten 2,5-jährigen Corona-Pause.

Die Nachhaltigkeit spielt eine große Rolle im Hotel. Die Gäste sehen gleich beim Einchecken die zahlreichen Zertifikate, die die Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens dokumentieren sollten: Travelife Gold, TUI Umwelt Champion oder Safe Tourism Certificate. Im Hauptrestaurant wird auf die Herkunft vieler Lebensmittel aus eigener „organic farm“ hingewiesen. Weitere Maßnahmen sind beispielsweise Nutzung des Regenwassers für die Bewässerung der hoteleigenen Grünanlagen oder deren Düngung mit Eierschalen, die nach dem Verzehr der vielen Eierspeisen anfallen. Das Essen steht

nicht nur für die Gäste, sondern auch für die Mitarbeitenden zur Verfügung und die „guten“ Essensreste werden an das lokale Tierheim gespendet.

Das Hotel selbst beschäftigt um die 400 Mitarbeitende in der Sommer- und 150 bis 200 Leute in der Wintersaison, bietet also eine beachtliche Anzahl von Arbeitsplätzen.

Abb. 2 Dokumentation der Nachhaltigkeitsbemühungen im Hotel Perissia: Qualitätszertifikate im Eingangsbereich; Buffet-Aufsteller mit dem Hinweis auf Herkunft der Lebensmittel



Quelle: Eigenes Bild (2023).

Kritische Sicht auf das All-inclusive-Konzept

Das eingangs erwähnte negative Image des All-inclusive-Konzepts ruht bei weitem nicht auf dem vermeintlich schlechten Essen oder schlechten Service sondern auf einer negativen Bilanz im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte. Durch die Bezahlung aller Reisebestandteile im Voraus verbleibt das Geld beim Reiseveranstalter bzw. dem Hotel und damit ganz oft bei einem ausländischen Reisekonzern. Die Destination selber mit ihren kleinen und kleinsten Anbietern profitiert dadurch kaum oder gar nicht von All-inclusive-Reisenden (Beyer, 2017, S. 212). Das „all you can eat“-Prinzip und vor allem das Versprechen der ständigen Verfügbarkeit vom Essen führt unvermeidlich zur Lebensmittelverschwendung. Und nicht zuletzt widerspricht die Idee eines Resorts – also einer abgeschlossenen Anlage – der generellen Idee des Tourismus, der zur kulturellen Verständigung und Bereicherung beitragen soll (Beyer, 2017, S. 232).

Die Kritik ist nicht neu und ist auch allgemein bekannt (vgl. u.a. Akyürek, Kızılıçık & Kutukız, S. 17-18, 2019). Es gibt allerdings einige Ansätze seitens der Anbieter, aber auch der Gäste, dieser entgegenzuwirken. Das im vorherigen Kapitel dargestellte Hotel Perissia kann an der Stelle als Best Practice Beispiel in puncto Nachhaltigkeitsmaßnahmen betrachtet werden. Aber auch hier ist anzunehmen, dass das Hotel die eigenen Mitarbeitenden branchenüblich – das heißt eher im niedrigen Bereich – bezahlt. An der Stelle kommen die Maßnahmen der Gäste ins Spiel. Das All-inclusive-Konzept soll nicht heißen, dass auf das im Gastgewerbe übliche Trinkgeld verzichtet werden soll. Eine weitere

Maßnahme seitens der Gäste ist letztendlich nichts anderes als „sich wie ein Tourist zu verhalten“, das heißt die Anlage zu verlassen und die Umgebung zu besuchen. Selbstredend mit Inanspruchnahme der touristischen Angebote wie Sehenswürdigkeiten- oder Restaurantbesuch.

Literaturverzeichnis:

- Akyürek, S., Kızılcık, O. & Kutukız, D. (2019). Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Her Şey Dahil Sistemin Mutfak Profesyonelleri Bakımından Değerlendirilmesi. Evaluating the All-Inclusive System from the Culinary Chefs Perspective in The Context of Sustainable Tourism. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science / Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10, 15–24.
- Altrock, V. (11. April 2013). All-inclusive-Urlaub – die Enttäuschung reist mit. *Welt News*. <https://www.welt.de/reise/article115193254/All-inclusive-Urlaub-die-Enttaeuschung-reist-mit.html>
- Arbelo-Pérez, M., Pérez-Gómez, P. & Arbelo, A. (2019). Impact of all-inclusive packages on hotel efficiency. *Current Issues in Tourism*, 22(8), 905–920. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1323850>
- Bartneck, C. (19. Dezember 2022). Die Trendziele der Online-Bucher im Winter. *Fvw / TravelTalk*. www.fvw.de
- Beyer, D. (2017). Soziale und kulturelle Herausforderungen im Tourismus. In H. Rein & W. Strasdas (Hrsg.), *Nachhaltiger Tourismus* (S. 205–239). 2. Auflage. utb GmbH.
- Club Med. (o.D.). *Was beinhaltet Club Med's Premium All-Inclusive?* <https://www.clubmed.de/>
- Club Méditerranée Deutschland GmbH. (o.D.). *Die Geschichte von Club Med*. <https://www.clubmed.de/l/geschichte-von-club-med>
- FOCUS Online (26. Januar 2004). All-inclusive-Hotels. Wie sie entstanden sind. *Focus Online*. https://www.focus.de/reisen/service/allinclusiveferien/wie-sie-entstanden-sind-all-inclusive-hotels_id_2451348.html
- Günaydin, Y., Correia, A. & Kozak, M. (2022). Comparing efficiency in all-inclusive and bed and breakfast hotel businesses: a multi-period data envelopment analysis in Turkey. *European Journal of Management and Business Economics*, 31(4), 439–452. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-11-2021-0308>
- Münck, R. (12. Dezember 2022). TUI setzt auf All Inclusive und Eigenmarken. *fvw / TravelTalk*. www.fvw.de
- Mundt, J. W., Fuchs, W. & Zollondz, H.-D. (2008). *Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger*. Oldenburg Verlag.

Oğuz, D., Ayşen, A. T., Muzaffer, U. & Muharrem, T. (2022). Perceptions of hotel managers on future of all-inclusive system after COVID-19: the context of technology hygiene and cost cycle. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(4), 573–589.

Robinson Club GmbH. (o.D.). *Clubs*. <https://www.robinson.com/de/de/cluburlaub/>

Verband Internet Reisevertrieb e.V. (19.09.2023). *Türkei und Spanien – und am liebsten All-Inclusive: VIR präsentiert spannende Daten zu online gebuchten Pauschalreisen im Sommer 2023* [Pressemitteilung]. https://v-i-r.de/wp-content/uploads/2023/09/Pressemeldung_VIR-Zahlen-Sommer-2023.pdf