

## **Feldforschung zum Thema „Reisebüros in Sofia und Reiseverhalten der Einwohner“**

### 1. Zielsetzung

Um das Reiseverhalten der Einwohner Sofias zu untersuchen, suchten wir einige Reisebüros auf, die wir zunächst von außen betrachteten und danach Gespräche mit den Mitarbeitern der Reisebüros führten. So sollten sowohl die Filialen an sich in Betracht gezogen werden und die Rahmenbedingungen untersucht werden, um Rückschlüsse auf den Dienstleistungssektor von Reiseunternehmen und somit wiederum Aussagen auf die Rentabilität und Popularität solcher Unternehmen zu ziehen, als auch Erkenntnisse über das konkrete Reiseverhalten gewonnen werden.

### 2. Methodisches Vorgehen

Als Raum für die Forschung beschränkten wir uns auf das Zentrum Sofias, da wir uns dort nach einer kurzen Recherche mit Google maps die höchste Dichte an Reisebüros erwarteten. Um die Ergebnisse nicht auf Unternehmen mit Internetauftritt zu beschränken, beschlossen wir keine weitere Vorrecherche zu betreiben und ohne genaue Ausarbeitung einer Route die Stadt zu Fuß zu erkunden. Bei der Beurteilung der einzelnen Büros wurden Aspekte wie die Lage, die Gebäude, die die Unternehmen beherbergten, und die Aufmachung, wie sich die Büros präsentierten, in Betracht gezogen. Um Erkenntnisse über das Reiseverhalten der Stadtbewohner zu gewinnen, wurden als Kategorien die Reklame in den Schaufenstern und Aussagen der Angestellten der Reisebüros festgesetzt.

### 3. Ergebnisse

Bei dem Erkundungsgang fiel zunächst auf, dass in Sofias Zentrum verhältnismäßig viele Reisebüros angesiedelt sind. Die Branche scheint also rentabel zu sein. Ein weiterer Hinweis darauf war die Tatsache, dass die meisten sehr modern eingerichtet und in schönen modernen oder kürzlich restaurierten Gebäuden untergebracht waren. Die meisten hatten ein sehr modernes Design mit minimalistischer Einrichtung gewählt. Die Standorte der einzelnen

Reisebüros waren nicht so verteilt wie wir zunächst erwartet hatten, denn sie befanden sich grüppchenweise in einzelnen Straßen oder kleinen Vierteln. Dies ließ uns zu dem Schluss kommen, dass die meisten Reisebüros zu ähnlichen, noch nicht allzu weit zurückliegenden Zeitpunkten eröffnet worden waren.

Das moderne Design der Büros erschwerte unser Vorhaben, zunächst die Schaufensterdekoration und –reklame als Parameter heranzuziehen, da die meisten unserer Zielobjekte auf dieses verzichteten und die Ausstellungsflächen leer ließen. Die wenigen Büros, die für Reiseziele in ihren Schaufenstern warben, waren eher ältere, nicht besonders ansprechende Geschäftsstellen. Zwei davon schienen auch nicht mehr in Betrieb zu sein. Die Reiseziele, die hier am öftesten beworben wurden, waren Urlaubsorte an der Bulgarischen Küste. Auch Marokko tauchte einige Male als exotisch dargestelltes Land auf.

Bei unseren Gesprächen mit den Reisebürofachangestellten der anderen Büros wurde dieser erste Einblick bestätigt. In verschiedenen Reisebüros erhielten wir fast überall identische Auskünfte. Am gefragtesten waren Reisen innerhalb Bulgariens. Vor allem Urlaubsorte an der Küste sind beliebte Urlaubsziele der Stadtbevölkerung. Auch Urlaubsorte in nahen südosteuropäischen Nachbarländern werden oft bereist. Vor allem Reisen nach Griechenland buchen viele Bulgaren Reisen. Internationale, außereuropäische Ziele werden fast nie angestrebt. Länder wie Australien oder die USA übersteigen das Budget der meisten Kunden. Zudem gibt es oft Schwierigkeiten mit den Visa. Sri Lanka und ähnliche exotische Ziele sind eine beliebte Alternative, falls ein weit entfernteres Reiseziel gesucht wird. Meistens werden bei einem größeren Budget aber andere Ziele innerhalb Europas wie Spanien oder Italien bevorzugt. Auch Marokko ist sehr beliebt.

Nach diesem Tag sind wir zu dem Ergebnis gekommen, dass Reisebüros eine Dienstleistung zu sein scheinen, die in den letzten Jahren immer öfter wahrgenommen werden und somit mehrere Eröffnungen ermöglicht wurden, und die vor allem von einer Mittelschicht in Anspruch genommen werden. Darauf weist sowohl die Aufmachung und Lage der Unternehmen hin, als auch die Reiseziele. Weltweite Ziele, die ein größeres Vermögen und gutes Einkommen voraussetzen, sind weniger gefragt. Dafür aber vor allem nationale und Urlaubsorte benachbarter Länder und andere europäische Ziele. Da sich die Reisebüros vor allem in modernen, zentrumsnahen und gehobeneren Gegenden befanden, scheint die Zielgruppe auch keine untere Schicht zu sein. Obwohl viele nationale Ziele gefragt sind, scheinen der ärmeren Stadtbevölkerung selbst für diese Reisen die Mittel zu fehlen.