

„Prosument statt Konsument“

VERANSTALTUNG: Tourismus-Dialog der Marketinggesellschaft Meran im KIMM in Untermais

MERAN. Rund 100 Hoteliers, Touristiker und Schüler folgten am der Einladung der Marketinggesellschaft Meran (MGM) zur dritten Ausgabe der Veranstaltung MGM Tourismus-Dialog im KIMM (Kultur in Meran Mais). Im Mittelpunkt stand das Thema Konsumverhalten.

Der Veranstaltungstitel des Tourismus-Dialogs lautete: „Prosument statt Konsument. Was erwartet der Gast in Zukunft von seinem Gastgeber?“. Referent war Klaus Kofler, Begründer des Institutes „Trends & Wege, Impulszentrum für Innovationsfragen, Trend- und Zukunftsfragen“ aus Lindau.

In der Diskussion rund um



Klaus Kofler referierte im KIMM

MGM

das Konsumverhalten der Menschen fällt immer öfter ein neuer Begriff: Der Prosument. Ein Pro-

sument unterscheidet sich vom Konsument nicht nach demografischen und soziografischen Merkmalen, sondern es handelt sich dabei vor allem um eine Geisteshaltung. Der Prosument ist ein weiterentwickelter Konsument, der nach neuen gesellschaftlichen Regeln handelt.

Gesundheit, Lebensqualität, Bildung, Authentizität und Echtheit sind Begriffe, die das Handeln der Prosumenten prägen. Die zentrale Frage, die sich die Prosumenten stellen, ist: Was ist was wert? Diese Frage entscheidet über den Mehrwert eines Produktes. Gibt es keinen Mehrwert ist der Preis entscheidend.

Bestimmte Regionen und Or-

te entwickeln sich zu Gewinnern während andere Regionen mit einem starken Rückgang des Tourismus konfrontiert sind.

„Wer zu den Gewinnern gehören will, der muss als erstes anerkennen, dass der neue Konsument nach anderen, neuen Wertemustern funktioniert und deshalb seine Kaufentscheidungen nicht nach den gewohnten Kriterien wie Preis und Leistung trifft“, so definiert Kofler das wichtigste Merkmal der Prosumenten. Eine zentrale Rolle für diese neuen Wertemuster spielen Begriffe wie Identität und Authentizität von Produkten, wobei der Konsument Täuschungen erkennt und entlarvt.