

Inhalt

Seite

Teil 1: Grundlagen des Tourismus-Managements und der Fremdenverkehrsplanung

I. Grundlagen und Rahmenbedingungen des Tourismus-Managements und der Fremdenverkehrsplanung

1. Das System Tourismus im Überblick 13
Claude Kaspar
2. Tourismus-Management und Tourismus-Marketing 31
Günther Haedrich

II. Rahmenbedingungen des Tourismus-Managements und der Frem- denverkehrsplanung

1. Auswirkungen des EG-Binnenmarktes 43
Henning Hillmann
2. Der veränderte osteuropäische Reisemarkt 51
Margita Großmann
3. Umwelt- und sozialverträglicher Tourismus – Rahmenbedingungen von
Raumordnung, Regional- und Bauleitplanung 65
Kristiane Klemm
4. Verbraucherinformationspolitik 77
Jürgen Armbrecht und Carl-Heinz Moritz
5. Mitarbeiterführung 87
Claude Kaspar
6. Anforderungen an Führungskräfte und Führungsnachwuchskräfte im Tou-
rismus-Management 93
Frank Schirmer
7. Rechtliche Rahmenbedingungen 105
Rochus P. Strangfeld

Teil 2: Methodischer Rahmen des Tourismus-Marketing und der Fremdenverkehrsplanung

I. Instrumentarium der Tourismus- und Fremdenverkehrsforschung

1. Die deutsche Tourismusstatistik 135
Ulrich Spörel

	Seite
2. Die Reiseanalyse – ein Instrument der Grundlagenforschung zur Marktbeobachtung und Analyse des touristischen Geschehens. <i>Franz Dundler</i>	155
3. Der Europäische Reise-Monitor <i>Conny Kuchlbauer</i>	161
4. TouristScope <i>Reinhold Weissbarth und Barbara Troger</i>	169
5. Methoden der Gästebefragung <i>Martin Lohmann</i>	177
6. Image-Analysen <i>Rainer Wohlmann</i>	189
7. Kalkulation und Kostenkontrolle <i>Joachim S. Tanski</i>	201
8. Methoden zur Berechnung der Wertschöpfung im Tourismus <i>Paul Tschurtschenthaler</i>	213
9. Kennziffern einer harmonisierten touristischen Entwicklung <i>Hansruedi Müller und Beat Seiler</i>	243
 II. Das Instrumentarium des Tourismus-Marketing und der Fremdenverkehrsplanung	
A. Planung von Marketing-Strategien	
1. Strategische Planung im Tourismus <i>Edgar Kreilkamp</i>	251
2. Produkt- und Preispolitik <i>Edgar Kreilkamp</i>	283
3. Kommunikationspolitik <i>Günther Haedrich</i>	307
4. Vertriebspolitik <i>Hans-Jürgen Geßner</i>	329
5. Zur Planung von Marketingstrategien für touristische Angebote – Ergebnisse einer empirischen Studie im Reiseveranstaltermarkt der Bundesrepublik Deutschland <i>Torsten Tomczak und Frank Gussek</i>	367
 B. Fremdenverkehrsplanung	
1. Instrumente der Raumordnung und der regionalen Fremdenverkehrsplanung <i>Christoph Becker</i>	387

	Seite
2. Das Förderungsinstrumentarium im Fremdenverkehr <i>Karlheinz Schnorbach</i>	399
3. Die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) für touristische Projekte <i>Hans-Joachim Schemel</i>	409
4. Freizeit- und Tourismusarchitektur <i>Felizitas Romeiß-Stracke</i>	423
5. Touristische Vernetzungsmatrix – Eine Methode für eine gesamtheitliche Schaden-Nutzen-Analyse <i>Hansruedi Müller</i>	433
 C. Reiseleitung und Reiseplanung	
1. Planung von wissenschaftlichen Studienreisen <i>Walter Eder</i>	445
2. Ziele und Aufgaben der Gästeführung und -betreuung <i>Marie-Louise Schmeer-Sturm</i>	469
 III. Ziele und Aufgaben touristischer Leistungsträger	
1. Reisevermittler <i>Werner Sülberg</i>	483
2. Reiseveranstalter – Ziele, Aufgaben und rechtliche Stellung <i>Ernst-Otto Thiesing und Paul Degott</i>	517
3. Positionierung, Aufgaben und Organisation von Incomingagenturen <i>Thomas Winkelmann</i>	539
4. Tourismus-Marketing im Linienluftverkehr <i>Ursula Schörcher und Thomas Richters</i>	553
5. Bahntourismus <i>Peter Schnell</i>	569
6. Busunternehmen – Ursachen und Entstehen von ausgewählten Eigenarten und Besonderheiten des deutschen Bustouristikmarktes <i>Dieter Gauf</i>	583
7. Beherbergungs- und Gaststättengewerbe <i>Eberhard Gugg</i>	593
8. Freizeitparks und Freizeitzentren – Ziele und Aufgaben als touristischer Leistungsträger <i>Heinz Rico Scherrieb</i>	601
9. Internationale Computer-Reservierungssysteme <i>Klaus Gärtner</i>	619

4

Teil 3: Fallbeispiele aus dem Tourismus-Management und der Fremdenverkehrsplanung

1. Regionenmarketing Münsterland – Fallbeispiel zur Segmentierung und Positionierung	631
<i>Heribert Meffert und Simone Frömbling</i>	
2. Fremdenverkehrskonzeption für den Spreewald	653
<i>Robert Datzert</i>	
3. Städtetourismus am Beispiel der Hansestadt Lübeck	669
<i>Hanns P. Nerger</i>	
4. Sozial- und umweltverträglicher Tourismus – ein Konzept für das Land Sachsen?	679
<i>Armin Godau</i>	
5. Entwicklung eines Fremdenverkehrs- und Marketingkonzeptes am Beispiel der Insel Hiddensee in der Ostsee	697
<i>Edgar Kreilkamp, Günther Haedrich und Kristiane Klemm</i>	
6. Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)	707
<i>Peter Roth</i>	
7. Dritte-Welt-Tourismus	715
<i>Peter Agel</i>	
8. Pressearbeit im Tourismus	729
<i>Horst Schwartz und Sabine Neumann</i>	
9. "Intelligenter Tourismus"	743
<i>Peter Haimayer</i>	
10. Messen, Ausstellungen und Kongresse – am Beispiel der AMK Ausstellungs-, Messe- und Kongreß-GmbH Berlin	753
<i>Manfred Busche</i>	

Anhang

Die akademische Tourismusausbildung in der Bundesrepublik Deutschland	761
<i>Günther Haedrich, Kristiane Klemm und Edgar Kreilkamp</i>	
Die Autoren – Biographische Notizen	771
Stichwortverzeichnis	783