

# Inhalt

Vorwort .....	13
---------------	----

## **I. Touristische Grundbegriffe. Terminologie .....** 15

1. <i>Reisen im Spiegel der Sprache</i> .....	15
1.1 Wandern, Fahren und Reisen .....	15
1.2 Tour, Tourist und Tourismus .....	16
1.3 Urlaub und Ferien .....	18
1.4 Fremdenverkehr .....	19
2. <i>Fachbegriffe und ihre Bedeutung</i> .....	21
2.1 Begriffssystem Fremdenverkehr/Tourismus .....	21
2.2 Reisende und Besucher, Touristen und Ausflügler .....	22
2.3 Touristische Fachbegriffe im Überblick .....	23

## **II. Von der Pilgerfahrt bis zum modernen Tourismus. Tourismushgeschichte .....** 29

1. <i>Zeit der fahrenden Schüler</i> .....	29
2. <i>Grand Tour of Europe</i> .....	31
3. <i>Wanderbrauch junger Handwerksgelesen</i> .....	33
4. <i>Bildungsreisen des gehobenen Bürgertums</i> .....	35
5. <i>Forschungs- und Entdeckungsreisen</i> .....	38
6. <i>Alpinismus</i> .....	41
7. <i>Bergtouristik</i> .....	44
8. <i>Schülerreisen</i> .....	45
9. <i>Entwicklung der Gesellschaftsreisen</i> .....	47
10. <i>Wandervogel, Jugendbewegung und KdF</i> .....	50
11. <i>Nachkriegstourismus</i> .....	52

<b>III.</b>	<b>Die populärste Form von Glück. Tourismuspsychologie .....</b>	<b>57</b>
1.	<i>Qualitative Tourismusforschung: Problem- und Fragestellungen .....</i>	57
2.	<i>Einem Mythos auf der Spur: Urlaub zwischen Sein und Schein ..</i>	61
3.	<i>Das Urlaubs-Dilemma: Mehr Flucht als Suche .....</i>	65
4.	<i>„Raus“ und „weg“: Vom Zwang zum Verreisen .....</i>	68
4.1	Typus Jugend-Urlaub: „Höher. Weiter. Schneller“ .....	71
4.2	Typus Single-Urlaub: „Vor allem eins, aber auf jeden Fall alles“ .....	71
4.3	Typus Familien-Urlaub: „Alles im Rahmen“ .....	73
5.	<i>Die Dramaturgie des Urlaubs .....</i>	75
5.1	Urlaubsinszenierung .....	75
5.2	Urlaubsrolle .....	76
5.3	Urlaubskulisse .....	77
6.	<i>Der folgenreiche Bedeutungswandel im Verhältnis von Alltag und Urlaub .....</i>	78
7.	<i>Zwischen Ergänzung und Gegenwart .....</i>	80
7.1	Die Oberfläche: Urlaub als Klischee .....	81
7.2	Die Außenseite: Urlaub als Leistung .....	82
7.3	Die Innenseite: Urlaub als Konflikt .....	82
7.4	Die Wunschvorstellung: Ferien vom Ich .....	84
	(1) Die Konträr-Haltung .....	89
	(2) Die Komplementär-Haltung .....	90
8.	<i>Typologie der Urlaubsmotive .....</i>	91
8.1	Urlaubsmotiv Ruhe .....	91
8.2	Urlaubsmotiv Sonne .....	92
8.3	Urlaubsmotiv Kontrast .....	92
8.4	Urlaubsmotiv Natur .....	93
8.5	Urlaubsmotiv Freiheit .....	93
8.6	Urlaubsmotiv Kontakt .....	94
8.7	Urlaubsmotiv Spaß .....	94
8.8	Urlaubsmotiv Komfort .....	95
8.9	Urlaubsmotiv Kultur .....	95
8.10	Urlaubsmotiv Aktivität .....	95
9.	<i>Urlaub und Glück .....</i>	96
9.1	Urlaub wichtiger als Wohnen? .....	96
9.2	Glücksmomente im Urlaub .....	97
10.	<i>Allein im Urlaub: Zur Psychologie des Alleinreisenden .....</i>	99

11.	<i>Mehr Seelen- als Sonnenbaden: Zur Psychologie des Daheimurlaubers</i> .....	102
12.	<i>Statt Urlaub „Stadturlaub“: Eine wirkliche Alternative?</i> .....	105
13.	<i>Motivation von Nichtreisenden</i> .....	106
14.	<i>Reiseenttäuschungen</i> .....	109
15.	<i>Urlaubsberatung</i> .....	112
15.1	Empfehlungen zur Urlaubsplanung .....	112
15.2	Empfehlungen zur Urlaubsgestaltung .....	114
<b>IV.</b>	<b>Touristen sind immer die anderen.</b>	
	<b>Tourismustheorie und Tourismuskritik</b> .....	117
1.	<i>Vom Sinn des Reisens: Zwischen Aufbruch und Veränderung</i> .....	117
1.1	Wunsch nach Wechsel und Bewegung .....	117
1.2	Märchen zwischen Traum und Realität .....	118
1.3	Vom Drang nach draußen: Zwischen Luftschöpfen und Luftablassen .....	119
2.	<i>Von der Reiselust der Deutschen</i> .....	122
3.	<i>Tourismuskritik</i> .....	124
3.1	Das Elend der Tourismuskritik .....	124
3.2	„I'm not a tourist“: Touristen sind wir alle .....	125
3.3	Tourismuskritik als Gesellschaftskritik .....	128
3.4	Die vier Phasen der Tourismuskritik .....	129
3.5	Folgewirkungen des Tourismus: Im Streit der Meinungen und Expertisen .....	133
3.6	Tourismus zwischen Segen und Fluch: Die Bevölkerung zieht Bilanz .....	136
3.7	Tourismus mit Zukunft: Zwischen Landschaftserhaltung und Kulturförderung .....	138
3.8	Der Tourist ist besser als sein Ruf: Die Welt wäre ohne Tourismus ärmer .....	142
4.	<i>Der pauschale Tourist zwischen Klischee und Wirklichkeit</i> .....	146
4.1	Pauschal – und doch ganz individuell .....	146
4.2	Organisierte Reisen liegen im Trend .....	147
4.3	Jeder sein eigener Reiseunternehmer? .....	149
<b>V.</b>	<b>Wer wann wie wohin reist. Tourismusanalysen</b> .....	153
1.	<i>Reiseintensität</i> .....	153
2.	<i>Inlandsreiseziele</i> .....	154
3.	<i>Auslandsreiseziele</i> .....	159

4.	<i>Reiseverkehrsmittel</i> .....	161
5.	<i>Urlaubsaktivitäten</i> .....	164
6.	<i>Reiseentbehrungen</i> .....	166
7.	<i>Hinderungsgründe für eine längere Urlaubsreise</i> .....	166
8.	<i>Reisen im neuen Europa der Regionen</i> .....	167
9.	<i>Reiseverkehrsmittel der Europäer</i> .....	171
10.	<i>Qualitätstourismus im neuen Europa</i> .....	172
11.	<i>Typologie des Eurotouristen</i> .....	174
12.	<i>Marktsegmente im Eurotourismus</i> .....	177
13.	<i>Touristische Qualitätsprofile im Ländervergleich</i> .....	180
14.	<i>Länder-Images im touristischen Wettbewerb</i> .....	183
14.1	<i>Ausländerfreundlichkeit: Das Reiseland Deutschland mit Problemen</i> .....	183
14.2	<i>Der neue Reiserealismus: Die heile Urlaubswelt gibt es nicht mehr</i> .....	185
15.	<i>Tourismus zwischen Vorurteil und Völkerverständigung</i> .....	187
15.1	<i>Der Wunsch: Touristen als Botschafter</i> .....	187
15.2	<i>Die Wirklichkeit: Einheimische als Statisten</i> .....	188
16.	<i>Wirkungen des Tourismus</i> .....	189
17.	<i>Vom Eurotourismus zur internationalen Verständigung</i> .....	191
<b>VI.</b>	<b>Zwischen Billigreise und Luxusurlaub.</b>	
	<b>Tourismusökonomie</b> .....	195
1.	<i>Zukunftsindustrie</i> .....	195
2.	<i>Geldquelle</i> .....	196
3.	<i>Wirtschaftsfaktor</i> .....	197
4.	<i>Arbeits- und Veranstaltermarkt</i> .....	199
5.	<i>Sozioökonomisches System</i> .....	200
6.	<i>Vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum</i> .....	203
7.	<i>Auto contra Urlaubsreise? Wandel in den Konsumprioritäten</i> ....	204
8.	<i>Garantierte Lebensqualität: Warum die Urlaubsreise einen so hohen Stellenwert hat</i> .....	207
9.	<i>Das Urlaubsbudget: Was eine Urlaubsreise wirklich kostet</i> .....	207

<i>Inhalt</i>	9
10. <i>Die (un-)heimlichen Urlaubskosten vor Reisebeginn</i> .....	209
11. <i>Alles inklusive? Die Nebenkosten am Urlaubsort</i> .....	210
12. <i>Der neue Spartrend: Kürzer. Seltener. Billiger</i> .....	212
13. <i>Urlaub auf Pump: Eine Legende</i> .....	215
14. <i>D.A.CH.-Tourismus: Urlaubskosten im Drei-Länder-Vergleich</i> .....	217
<b>VII. Service für das Wohlbefinden. Qualitätstourismus</b> .....	221
1. <i>Qualität im Tourismus: Was heißt das eigentlich?</i> .....	221
2. <i>Wunschvorstellung: In Atmosphäre baden</i> .....	222
3. <i>Handel mit Lebensfreude: Service für das Wohlbefinden</i> .....	223
4. <i>Qualitätsurlaub: Einen Mehrwert bieten</i> .....	226
5. <i>Qualitätskriterien: Der Gast setzt die Maßstäbe</i> .....	228
6. <i>Ferienqualität im Test: Idealwert und Realwert</i> .....	231
7. <i>Sauberkeit. Gemütlichkeit. Freundlichkeit: Ferienregionen im Urteil der Urlauber</i> .....	233
8. <i>Qualitätsverbesserung: Praktische Empfehlungen für die Branche</i> .....	236
9. <i>Ausblick: Qualität hat ihren Preis und ihre Wirkung</i> .....	240
<b>VIII. Immer wieder einmalig. Eventtourismus</b> .....	241
1. <i>Event: Im Trend</i> .....	241
2. <i>Eventkultur: Inszenierung der Einmaligkeit</i> .....	242
3. <i>Eventtouristen: Jede Saison ein neues Ereignis</i> .....	245
4. <i>Eventtourismus: Erlebnismobilität der besonderen Art</i> .....	248
5. <i>Immer auf Achse: Zwischen Olympia und Verona</i> .....	250
6. <i>Sport-, Kultur- und Städtereisen: Ein Überblick</i> .....	252
7. <i>Sporttourismus: Zwischen Aktivurlaub und Veranstaltungstourismus</i> .....	253
8. <i>Kulturtourismus: Zwischen Boom und Business</i> .....	255
9. <i>Städtetourismus: Zwischen Sightseeing und Lifeseeing</i> .....	257

<b>IX.</b>	<b>Schöne Neue Urlaubswelt. Tourismusprognosen</b> .....	261
1.	<i>Reise pioniere: Wegbereiter eines neuen Reisetyps</i> .....	261
2.	<i>„Ganz schön abenteuerlich“: Urlaubsformen der Zukunft</i> .....	266
3.	<i>Wohin die Reise geht: Trends und Trendziele</i> .....	270
4.	<i>Erlebniswelt Wasser: Die Vielfalt kennt keine Grenzen</i> .....	274
5.	<i>Urlaub auf Rädern: Caravaning im Trend</i> .....	276
6.	<i>„Atemlos – gelangweilt“: Tourismus im neuen Jahrtausend</i> .....	279
6.1	Eine Branche in der Krise .....	279
6.2	Lifeseeing statt Sightseeing: Wettrennen um die letzten Abenteuer .....	280
6.3	Erlebnistourismus: Ein Weg für neue Abenteuerkarrieren .....	282
6.4	Zwischen Krise und Katastrophe: Auf dem Weg zum Risikotourismus .....	282
7.	<i>„Alles ist möglich“: Realistische Szenarien für die touristische Zukunft</i> .....	287
7.1	Szenario I: „Superurlaub“. Ausstieg auf Zeit .....	287
7.2	Szenario II: „Combi. Plus. International“. Clubferien für Individualisten .....	287
7.3	Szenario III: „Survival“. Urlaub als Grenzerlebnis .....	288
7.4	Szenario IV: „Autofrei“. Urlaub auf die sanfte Tour .....	289
7.5	Szenario V: „Tropenpark“. Urlaub wie in der Karibik .....	290
7.6	Szenario VI: „Balkonien“. Daheimurlaub als Notlösung .....	291
7.7	Szenario VII: „Cyberspace“. Virtuell auf Reisen .....	292
7.8	„Terra Touristica“: Nur im Film ist es schöner .....	294
<b>X.</b>	<b>Recht auf Reisen oder Reisen verboten?</b>	
	<b>Politik und Ethik im Tourismus</b> .....	297
1.	<i>Tourismus: Spielwiese für Politiker?</i> .....	297
2.	<i>Probleme</i> .....	299
3.	<i>Kompetenzen</i> .....	300
4.	<i>Maßnahmen</i> .....	303
4.1	Den Freizeit- und Ferienverkehr durch flexible Ferien- und Wochenendzeiten entzerren .....	303
4.2	Autofreie Ferienorte mit Service und entsprechender Infrastruktur schaffen .....	305
4.3	Eine Tourismuspolitik („Tourismus-Charta“) zum besseren Schutz der Rechte der Touristen entwickeln .....	307
4.4	Eine Neuorientierung des Gesundheitstourismus vornehmen .....	309
4.5	Freiwillige Kapazitätsbeschränkungen einführen .....	310

5.	<i>Weltkodex für Ethik im Tourismus. Weichenstellung für das dritte Jahrtausend</i> .....	312
5.1	Präambel .....	313
5.2	Der Beitrag des Tourismus zu gegenseitigem Verständnis und Respekt zwischen Völkern und Gesellschaft .....	313
5.3	Der Tourismus als möglicher Weg zu individueller und kollektiver Erfüllung .....	314
5.4	Der Tourismus als Faktor für eine nachhaltige Entwicklung .....	315
5.5	Der Tourismus als Nutzer des Kulturerbes der Menschheit und als Beitrag zu dessen Pflege .....	315
5.6	Der Tourismus als Aktivität, die für das Gastland und seine Bevölkerungsgruppe förderlich ist .....	316
5.7	Pflichten der an der touristischen Entwicklung beteiligten Anspruchsgruppen .....	316
5.8	Das Recht auf Tourismus .....	317
5.9	Touristische Freizügigkeit .....	318
5.10	Die Rechte der Beschäftigten und Unternehmer in der Tourismusindustrie .....	318
5.11	Umsetzung der Grundsätze des Globalen Ethikkodexes für den Tourismus .....	319
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	321