

Inhaltsverzeichnis		Seite
	Einleitung	1
1	Bisherige Reisemotivforschung	5
1.1	Überblick	5
1.2	Das Problem der Selbstberichte	5
1.3	Motivbündel	6
1.4	Weitere Motivforschung	7
1.5	Typologien	9
1.6	Zusammenfassung	10
2	Der theoretische Hintergrund	13
2.1	Die Theorie der statischen versus dynamischen Orientierung zur Umwelt	13
2.2	Die Theorie der symbolischen Selbstergänzung	15
2.3	Die Anwendung auf den Tourismus	20
2.4	Tabellarische Zusammenfassung und Hypothesen	23
3	Reisebedürfnisse	27
3.1	Die Ursachen der Reisebedürfnisse	27
3.2	Studie I: Prestigegewinn	28
3.3	Studie II: Erholungsbedürftigkeit	33
3.4	Studie III: Flucht	36
3.5	Zusammenfassung	40
4	Die Reiseentscheidung	43
4.1	Erwartung und Wert	43
4.2	Kaufentscheidungen	45
4.3	Die Reiseentscheidung	46
4.4	Zielgruppenanalysen und Typologien	48
4.5	Statische und dynamische Orientierung und Reiseentscheidung	49
4.6	Studie IV: Kategorienorientiertes Kaufverhalten	50
4.7	Studie V: Informationsverhalten	54
4.8	Studie VI: Entscheidungskriterien	58
4.9	Zusammenfassung	64

5	Reiseverhalten	67
5.1	Studie VII: Orientierung am Urlaubsort	68
5.2	Studie VIII: Flirt und Liebe: Eindeutig/zweideutig	72
5.3	Studie IX: Aktivitätsbegleitende Gedanken beim Segeln	76
6	Urlaubszufriedenheit	83
6.1	Studie X: Styling und Erholung	85
6.2	Studie XI: Eindrücke hinterlassen	90
6.3	Zusammenfassung	93
7	Zusammenfassung und Ausblick	95
8	Literaturverzeichnis	99