

Vorwort		5
Einleitung		6
A	Dokumentation des Tourismuskongresses am 08.05.2003 in Werl	
	- Wirtschaftsfaktor Tourismus in historischen Stadt- und Ortskernen -	9
1	Begrüßung <i>Michael Grossmann</i>	13
2	Stadtentwicklung durch Denkmalpflege - ein touristischer und ökonomischer Standortfaktor <i>Michael Vesper</i>	18
3	Tourismuskongress in Nordrhein-Westfalen - eine Branche mit Zukunftschancen <i>Werner Placzek</i>	22
4	Tourismus in historischen Städten - Perspektiven, Potenziale und Strukturen <i>Christoph Becker</i>	27
5	Touristische Kommunikation und Kompetenz - regionale Vermarktung und Vernetzung <i>Monika Echtermeyer</i>	32
6	Auswahlkriterien und Fördermöglichkeiten für die historischen Stadt- und Ortskerne <i>Gertrud Bergkemper-Marks</i>	38
7	Tourismuskonzept für historische Stadt- und Ortskerne - Stärken, Schwächen und Perspektiven <i>Rainer Danielzyk</i>	46
8	Historische Stadt- und Ortskerne als touristische Attraktion - „Stadtbummel auf westfälisch“ - Historische Stadtkerne neu entdecken <i>Wolfgang Schwade</i>	53
9	Historische Stadt- und Ortskerne zwischen Denkmalschutz und Moderne - Stadtmuseum Hattingen <i>Dieter Liebig</i>	59
10	Ausblick und Konsequenzen für Städtebau und Tourismus <i>Stefan Bajohr</i>	65

B	Untersuchungen, Recherchen und Handlungsempfehlungen	
	- Tourismuskonzept für historische Stadt- und Ortskerne -	68
1	Empirische Untersuchung des ILS NRW	68
	- Ergebnisse mit Querschnittsprofilen -	
1.1	Erhebung zum Thema „Tourismus“	68
1.1.1	Erhebungsrahmen	68
1.1.2	Erhebungsbogen	70
1.1.3	Methodischer Ablauf	70
1.2	Aus- und Bewertungen mit Querschnittsprofilen	70
1.2.1	Infrastrukturelle Ausstattung	71
1.2.2	Denkmalpflege und kulturhistorisches Erbe	73
1.2.3	Tourismusedwicklung	78
1.2.4	Tourismus als Wirtschaftsfaktor	81
1.2.5	Gästeprofile und Zielgruppen	83
1.2.6	Organisation und Marketing	86
1.2.7	Situationsbewertung	89
1.3	Expertenorientierte Ideenbörse	91
1.4	Der Weg zu einem Tourismuskonzept	92
2	Themenorientierte Recherchen	
	- zu den Bereichen Tourismus und Denkmalpflege -	93
2.1	Wechselbeziehungen zwischen Denkmälern und Tourismus	93
2.1.1	Denkmalschutz und Denkmalpflege in Nordrhein-Westfalen	93
2.1.2	Arbeitsgemeinschaften „Historische Stadtkerne“ und „Historische Ortskerne“	95
2.1.3	Touristische Bedeutung von Denkmälern	97
2.1.4	Historischer Stadttourismus	99
2.2	Tourismus als Wirtschaftsfaktor	100
2.2.1	Entwicklung der Reiseintensität	100
2.2.2	Wirtschaftlicher Stellenwert des Tourismus	100
2.2.3	Touristische Nachfrage	101
2.2.4	Touristisches Angebot	103
2.2.5	Tourismuskonzepte und -formen	103
2.2.6	Reisemärkte in Deutschland - Entwicklungen und Trends	105
2.2.7	Touristische Zielgruppen	108

2.3	Marketing im Tourismus	112
2.3.1	Tourismusmarketing	112
2.3.2	Regionales Tourismusmarketing	112
2.3.3	Gewinnung und Analyse von Marktdaten	113
2.3.4	Absatzkonzepte, -strategien und -instrumente für touristische Leistungen	113
2.3.5	Absatzwege für touristische Angebote	114
2.4	Tourismus in NRW	115
2.4.1	Tourismusverband und -regionen	115
2.4.2	Touristische Kommunikationsanalyse	117
2.4.3	Neue Strategien und Konzepte	117
2.4.4	Entwicklungen und Ziele	118
3	Touristische Konzepte und Handlungsempfehlungen - expertenorientierte Leitlinien und -ideen -	119
3.1	Grundüberlegungen zu einer Marketingstrategie	119
3.1.1	Definition von Erfolgsfaktoren	119
3.1.2	Definition von Zielgruppen	119
3.1.3	Zielgruppenspezifische Angebote	119
3.2	Themen- und Markenkonzept	120
3.2.1	Lösungsansatz	120
3.2.2	Konzeption von Dach- und Untermarken	121
3.2.3	Integration des Konzeptes	121
3.3	Kooperation und Vernetzung	122
3.3.1	Regionale Kooperationen	122
3.3.2	Touristische Routen	122
3.3.3	Tourist-Card	123
3.4	Schlussfolgerungen für die historischen Stadt- und Ortskerne	124
4	Zusammenfassung	126
5	Literaturverzeichnis	130
	Anhang	133