

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
1 Einleitung	9
2 Trends der Gesellschaft im 21. Jahrhundert	11
2.1 Allgemeine Klärung des Begriffs „Trend“	11
2.2 Trendarten und ihre Besonderheiten	12
2.3 Globalisierung, Individualisierung und Virtualisierung als Megatrends des 20./ 21. Jahrhunderts	14
2.3.1 Von der Globalisierung zur Glokalisierung.....	14
2.3.2 Die Individualisierung beeinflussende Faktoren	15
2.3.3 Virtualisierung	17
2.3.3.1 Wesentliches zur Virtualisierung.....	17
2.3.3.2 Zukunftsvisionen zur Virtualisierung und ihre Grenzen	22
2.3.4 Die aus Globalisierung, Individualisierung und Virtualisierung resultierenden Megatrends des 21. Jahrhunderts	25
2.3.4.1 Spaßgesellschaft vs. Sinngesellschaft	25
2.3.4.2 Erhöhte Komplexität durch Informations- überflutung.....	29
2.3.4.3 Flexibilisierung der Arbeit.....	30
2.3.4.4 (Dienst-) Leistungsgesellschaft	31
2.3.4.5 Überalterung	33
2.3.4.6 Zunehmendes Singledasein	35
2.3.4.7 Mobilität	37
2.3.4.8 Retro-Trends: Authentizität und Spiritualität....	37
2.4 Abschließende Bemerkungen zur Gesellschaft des 21. Jahrhunderts	39

3	Zukunft des Tourismus	41
3.1	Zukunftsweisende, einführende Worte.....	41
3.2	Von Motiven und Bedürfnissen zum Reiseverhalten der Urlauber	44
3.2.1	Grundlegendes zu Reisemotiven.....	44
3.2.2	Alltagsflucht	45
3.2.3	Steigender Erlebniswert.....	45
3.2.4	Die drei „S“: Sonne, Strand und See.....	46
3.2.5	Zunehmende Reiseerfahrung.....	46
3.2.6	Steigende Qualitätsansprüche	47
3.2.7	Erhöhtes Sicherheitsbedürfnis	48
3.2.8	Vermehrtes Spätbucherverhalten	49
3.3	Zielgruppenspezifische Wachstumsmärkte.....	51
3.3.1	Generation 50 Plus (Senioren)	51
3.3.2	Singles und DINKs.....	54
3.3.3	Familien und Alleinerziehende.....	55
3.3.4	Erlebniskonsumenten	56
3.3.5	Typologie nach Kaufverhalten	57
3.4	Medientechnischer Einfluss am Beispiel des Internets ..	60
3.4.1	Bedeutendes zur touristischen Nutzung des Internets und des Zweiten Universums	60
3.4.2	Looker und Booker – Das Internet als Informations- und Buchungstool.....	61
3.4.3	Häufig nachgefragte touristische Produkte	63
3.4.4	Der Stereotyp des Internet-Users	64
3.4.5	Abschließende Anmerkungen.....	68
3.5	Die weitere Entwicklung der Pauschalreise.....	69
3.5.1	Aktuelle Marktsituation und Gründe für die Zukunft der Pauschalreise	69
3.5.2	Dynamic Packaging.....	71
3.5.3	Auswirkungen der finanziellen Situation auf die Urlaubsreise	72

3.6 Pauschale Reise- bzw. Urlaubsformen und deren Zielgruppen	74
3.6.1 Überblick über künftige Urlaubsformen	74
3.6.2 Urlaubsreiseformen	76
3.6.2.1 All-Inclusive-Clubanlagen	76
3.6.2.2 Abenteuersportreisen	78
3.6.2.3 Fernreisen	80
3.6.2.4 Kreuzfahrten	82
3.6.2.5 Luxusreisen	85
3.6.3 Kurzreiseformen	86
3.6.3.1 Aktuelle Marktsituation	86
3.6.3.2 Städte- und Kulturreisen	88
3.6.3.3 Events	92
3.6.3.4 Künstliche Erlebniswelten	94
3.6.3.5 Wellnesstripps	97
3.6.4 Visionäre Urlaubsformen	99
3.6.4.1 Virtuelle Reisen	99
3.6.4.2 Weltraumtourismus	101
4 Zusammenfassende Betrachtung und persönliche Einschätzung	103
4.1 Mein Anliegen	103
4.2 Die Welt wird größer, komplexer und individueller	103
4.3 Die unsichere Zukunft der modernen Gesellschaft	107
4.4 Die Reismotive der Touristen	109
4.5 Die unterschiedlichsten Zielgruppen	111
4.6 Der Mythos Internet	113
4.7 Das Überleben der Pauschalreise	114
4.8 Die bunte Urlaubswelt von morgen	115
4.9 Die kürzeren Urlaubsalternativen	117
4.10 Schlussworte zur Zukunft des Tourismus	120
Literaturverzeichnis	123