

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	I
Inhaltsverzeichnis .....	II
Abbildungsverzeichnis .....	VI
<b>1. Tagungs- und Kongresstourismus .....</b>	<b>1</b>
1.1 Begriff und Formen des Kongresstourismus .....	3
1.2 Struktur des Kongresstourismus .....	5
1.3 Faktoren der Nachfrage und des Angebotes .....	7
1.4 Wirtschaftliche Bedeutung des Kongresstourismus .....	11
1.5 Künftige Entwicklung des Kongresstourismus .....	13
Aufgaben .....	15
<b>2. Geschäftstourismus .....</b>	<b>16</b>
2.1 Begriff und Volumen des Geschäftsreiseverkehrs .....	16
2.2 Struktur des Geschäftsreisemarktes .....	19
2.3 Die beteiligten Branchen .....	20
2.4 Geschäftsreisebüros .....	23
2.5 Reisekostenmanagement .....	24
2.6 Zukünftige Entwicklung des Geschäftsreisetourismus .....	26
Aufgaben .....	30
<b>3. Kulturtourismus .....</b>	<b>31</b>
3.1 Ursprung des Begriffs ‚Kulturtourismus‘ .....	32
3.2 Definitionen .....	33
3.2.1 Definition von ‚Kultur‘ .....	33
3.2.2 Definitionen von ‚Kulturtourismus‘ .....	34
3.3 Das Tourismussegment Kultur .....	36
3.3.1 Das Attraktivitätspotential .....	36
3.3.2 Die Gästesegmente des Kulturtourismus .....	37
3.3.3 Die Rahmenbedingungen und Nachfragestruktur des Kulturtourismus .....	38
3.4 Typologie des touristischen Kulturangebotes .....	40
3.4.1 Die urbane Kultur .....	40
3.4.2 Die Volkskultur des ländlichen Raumes .....	41
3.4.2.1 Der architektonische Ansatz .....	41

3.4.2.2	Der volkskulturelle Ansatz .....	42
3.4.3	Kulturtourismus in Industrielandschaften .....	43
3.4.4	Event-Tourismus.....	44
3.5	Chancen und Risiken des Kulturtourismus .....	46
3.5.1	Die Chancen.....	47
3.5.1.1	Hohe Wertschöpfung.....	47
3.5.1.2	Zeitliche und räumliche Unabhängigkeit.....	48
3.5.1.3	Stabilisierender Faktor.....	48
3.5.1.4	Verbesserung der Lebensqualität in den Zielgebieten .....	48
3.5.1.5	Intensivierung des Heimatbewusstseins .....	49
3.5.2	Die Risiken .....	49
3.5.2.1	Bedrohung des kulturellen Erbes.....	49
3.5.2.2	Bedrohung der historischen Stadtkerne .....	50
3.5.2.3	Ausverkauf regionaler Kunstgüter.....	50
3.5.2.4	Kommerzialisierung und Verflachung der Kultur .....	51
3.5.2.5	Fazit: Kulturtourismus als andere Form des Massentourismus? .....	51
3.6	Kulturtouristische Initiativen der Europäischen Union .....	51
	Aufgaben .....	53
4.	Städtetourismus.....	54
4.1	Abgrenzung des Begriffs.....	54
4.2	Motivation.....	55
4.3	Zielgruppen .....	58
4.4	Reiseorganisationsformen .....	59
4.5	Touristisches Angebot.....	60
4.6	Die Nachfragesituation.....	62
4.6.1	Reiseformen.....	62
4.6.2	Demographische Betrachtung.....	64
4.6.3	Das Phänomen Musical-Tourismus .....	65
4.7	Entwicklung .....	66
4.8	Schwächen im Angebot.....	67
4.9	Auswirkungen .....	69
4.9.1	Positive Effekte des Städtetourismus.....	69
4.9.2	Negative Effekte des Städtetourismus .....	71
	Aufgaben .....	74

5.	Jugend-/Seniorentourismus .....	75
5.1	Jugendtourismus .....	75
5.1.1	Der Begriff „Jugendtourismus“ .....	75
5.1.2	Die Bedeutung und Zielsetzung des Jugendtourismus.....	76
5.1.3	Ausblick .....	86
5.2	Seniorentourismus .....	87
5.2.1	Problemstellung .....	88
5.2.2	Der Begriff „Seniorentourismus“ .....	88
5.2.3	Gründe für die wachsende Bedeutung des Seniorentourismus .....	89
5.2.3.1	Demographische Entwicklung .....	89
5.2.3.2	Sozio-ökonomische Faktoren .....	89
5.2.3.3	Psychographische Faktoren .....	90
5.2.4	Das Reiseverhalten der Senioren .....	91
5.2.5	Die Reiseangebote für Senioren.....	93
5.2.6	Herausforderungen an den Reiseveranstalter und die Tourismuspolitik.....	94
	Aufgaben .....	96
6.	Kur- und Gesundheitstourismus.....	97
6.1	Das Marktpotential.....	97
6.2	Kur- und Gesundheitstourismus im Vergleich .....	99
6.2.1	Das Gästesegment Kurtourismus.....	99
6.2.2	Das Gästesegment Gesundheitstourismus.....	102
6.3	Das Angebot Kurtourismus .....	105
6.3.1	Der Kurort.....	105
6.3.2	Angebotsszenarien des Marktsegments Kur .....	107
6.3.3	Trends im Angebotsbereich Kur .....	107
6.4	Das Angebot Gesundheitstourismus.....	108
6.5	Die Nachfrage im Kur- und Gesundheitstourismus.....	110
6.5.1	Die Rahmenbedingungen der Nachfrage .....	110
6.5.2	Die Einflussfaktoren der Nachfrage.....	111
6.5.3	Die Trends der Nachfrage.....	112
6.5.4	Szenarien der Nachfrage im Kur- und Gesundheitsbereich .....	113
6.6	Perspektiven eines europäischen Kurtourismus .....	116
6.6.1	Das europäische Kurortklientel.....	116
6.6.2	Das europäische Kurortangebot.....	116
6.7	Marketing des Kur- und Gesundheitstourismus .....	117
	Aufgaben .....	122

---

7. Messtourismus.....	123
7.1 Begriff und Zielsetzung.....	124
7.2 Struktur des Messe- und Ausstellungswesens.....	129
7.3 Organisation und Durchführung.....	133
Aufgaben:.....	136
8. Lösungen der kapitelbegleitenden Aufgaben.....	137
Lösungen zu 1. Tagungs- und Kongresstourismus.....	137
Lösungen zu 2. Geschäftstourismus.....	139
Lösungen zu 3. Kulturtourismus.....	141
Lösungen zu 4. Städtetourismus.....	144
Lösungen zu 5. Jugend-/Seniorentourismus.....	146
Lösungen zu 6. Kur- und Gesundheitstourismus.....	152
Lösungen zu 7. Messtourismus.....	154
Literaturverzeichnis.....	156
Sachwortverzeichnis.....	161