

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. PROBLEMSTELLUNG.....</b>	<b>1</b>
<b>2. MEGA-TRENDS UND TOURISMUS.....</b>	<b>5</b>
2.1 Erforschung der Zukunft – mehr als Kaffeesatzleserei? .....	5
2.2 Trend – das unbekannte Wesen? .....	10
2.2.1 Ursprung und Begriff.....	10
2.2.2 Trendebenen .....	12
2.2.3 „Trend,, „Mode,, „Stil,, „Konsumwellen,, und „substrative Faktoren,, – alles dasselbe? – Konfusion der Begriffe .....	13
2.2.4 Trends und ihre gesellschaftlichen Rahmenbedingungen.....	21
2.2.5 „Trendentstehung,, und „Trendkreation,, im Medien- und Informationszeitalter.....	23
2.3 Wertewandel und Trendgesellschaft: Die Mega-Trends in der Gesellschaft.....	32
2.4 Mega-Trends im Tourismus.....	42
2.4.1 Geschichtliche Trends in der Welt des Reisens .....	42
2.4.2 Das Reiseverhalten der Westdeutschen seit den 50er Jahren im Abriss .....	49
2.4.3 Das Reiseverhalten der Westdeutschen bis zum Beginn des „Trendzeitalters“ im Spiegel der Zahlen .....	52
2.4.4 Das Reiseverhalten der Deutschen in der DDR .....	55
2.4.5 Trendsetter und räumliches Ausbreitungsverhalten von Trends.....	56
2.4.6 Die aktuellen touristischen Mega-Trends .....	57
<b>3. ... VON UMWELT KEINE SPUR? .....</b>	<b>64</b>
3.1 Auswirkungen der touristischen Mega-Trends auf die Umwelt.....	64
3.2 Umwelt - ein Mega-Trend im Tourismus? .....	68
3.3 Beispiele und Konzepte der Implementierung eines nachhaltigen Tourismus .....	77
<b>4. AUSBLICK: UMWELT CHANCENLOS? .....</b>	<b>81</b>
4.1 Instrumente für einen nachhaltigen Tourismus .....	82
4.1.1 Informelle Instrumente .....	82
4.1.1.1 Umweltauszeichnungen im Tourismus.....	83
4.1.1.2 Beratungs- und Informationsarbeit.....	85
4.1.2 Ökonomische Instrumente .....	92
4.1.3 Regulative Instrumente .....	96
4.2 Welchen Beitrag kann die Trendforschung leisten? .....	97
4.2.1 „Moral-plus“ als Marketingchance für Touristikunternehmen und Gesellschaft?.....	100
4.3 Was ist konkret zu tun? .....	103
4.4 Schlusswort.....	106

## 5.2 Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1: Strukturmodell Tourismus. ....	4
Abb. 2: Die Teilwissenschaften der Trendforschung.....	8
Abb. 3: Zukunftskräfte. ....	20
Abb. 4: Informationsfluss und Feedback-Schleifen.....	24
Abb. 5: Beispielhafter Lebenszyklus eines Trends mit ausgewählten Einflussfaktoren.....	26
Abb. 6: Werterevolution anhand der Werte-Paradigma-Kurven der letzten 50 Jahre.....	32
Abb. 7: Trend-Wellenmodell. ....	34
Abb. 8: Wertesystem im Wandel. ....	35
Abb. 9: Verkehrsmittel der Haupturlaubsreisen.....	50
Abb. 10: Entwicklung der Reiseintensität.....	50
Abb. 11: Entwicklung der In- und Auslandsanteile sämtlicher Urlaubsreisen .....	53
Abb. 12: Die beliebtesten Auslandsreiseziele der Deutschen.....	54
Abb. 13: Entwicklung der Kurzurlaubsreiseintensität.....	60
Abb. 14: Ansätze zur Förderung umweltrelevanten Verhaltens .....	91

## 5.3 Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1: Zusammenstellung der Trendangaben verschiedener Trendforscher .....	40
Tab. 2: Phasen der touristischen Entwicklung im Überblick .....	47