

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	VII
Abbildungsverzeichnis .....	X
Tabellenverzeichnis .....	XIII

<b>1</b>	<b>Themenwelten: Inszenierungstechniken - Erfolgsfaktoren - Kritik .....</b>	<b>1</b>
1.1	Merkmale und Typen von Themenwelten .....	2
1.1.1	Merkmale von Themenwelten .....	2
1.1.2	Typen von Themenwelten .....	5
1.2	Themenrepertoire und Inszenierungstechniken von Themen- welten .....	8
1.2.1	Themenrepertoire von Themenwelten .....	8
1.2.2	Inszenierungstechniken von Themenwelten .....	13
1.3	Erfolgsfaktoren von Themenwelten .....	27
1.3.1	Die Erlebnis-Gesellschaft: Neue Werthaltungen und optimierte Orte .....	29
1.3.2	Erfolgsfaktoren von Themenwelten: Das Mindscapes- Modell .....	35
1.3.3	Erfolgslose Projekte: Beispiele und Ursachen .....	38
1.4	Themenwelten als Gegenstand der Forschung und der öffentlichen Diskussion .....	43
1.4.1	Themenwelten als Gegenstand der Forschung: Disziplinen, Informationsquellen und Paradigmen .....	44
1.4.2	Öffentliche Kritik an Themenwelten: Künstlichkeit und Umweltbelastungen .....	50
1.4.3	Konflikt- und Umweltmanagement bei der Konzeption und beim Betrieb von Themenwelten .....	56
<b>2</b>	<b>Themenwelten: Typen - Fallstudien - Trends .....</b>	<b>60</b>
2.1	Freizeit- und Themenparks .....	61
2.1.1	Definition und historische Entwicklung .....	62
2.1.2	Freizeit- und Themenparks in Deutschland: Angebot - Nachfrage - Wettbewerbssituation .....	70
2.1.3	Wettbewerbsstrategien und Marketingmaßnahmen .....	80
2.1.4	Fallstudie: „Disney“-Themenparks .....	83
2.1.5	Internationale Entwicklungen und Trends .....	92
2.2	Themenhotels und Themenrestaurants .....	96
2.2.1	Themenhotels: Definition - Merkmale - Typen .....	98
2.2.2	Themenrestaurants: Merkmale - Akteure - Trends .....	104

2.2.3	Themenkneipen: Das Beispiel der „Irish Pubs“ .....	113
2.2.4	Fallstudie: Las Vegas .....	116
2.2.5	Internationale Entwicklungen und Trends .....	127
2.3	Urban Entertainment Center .....	137
2.3.1	Merkmale, Definition und Typen .....	138
2.3.2	Die Entwicklung der Urban Entertainment Center: Steuerfaktoren - Vorläufer - Trendsetter .....	145
2.3.3	Die Inszenierung von Urbanität: Konstruktions- prinzipien und Kritik .....	151
2.3.4	Die Besucher: Einstellungen - Merkmale - Aktivitäten .....	157
2.3.5	Fallstudie: „CentrO“, Oberhausen .....	162
2.3.6	Internationale Entwicklungen und Trends .....	166
2.4	Markenerlebniswelten .....	174
2.4.1	Definition und Beispiele .....	175
2.4.2	Historische Entwicklung, Typen und Standorte .....	182
2.4.3	Markenerlebniswelten: Plattformen der Unternehmens- kommunikation .....	188
2.4.4	Techniken der Inszenierung in Markenerlebniswelten .....	192
2.4.5	Fallstudie: „Autostadt“, Wolfsburg .....	195
2.4.6	Internationale Entwicklungen und Trends .....	202
2.5	Zoologische Gärten und Aquarien .....	206
2.5.1	Definition und historische Entwicklung .....	207
2.5.2	Die Zoobesucher: Merkmale - Erwartungen - Zufriedenheit .....	215
2.5.3	Marketing-Management und Techniken der Inszenierung in Zoologischen Gärten .....	222
2.5.4	Fallstudie: „Erlebnis-Zoo Hannover“ .....	233
2.5.5	Internationale Entwicklungen und Trends .....	236
<b>3</b>	<b>Die Zukunft der Themenwelten - die Themenwelten der Zukunft .....</b>	<b>245</b>
3.1	Die Themenwelten der Zukunft: Alltagsorte, Quartiere und Siedlungen .....	247
3.1.1	Themenwelten als Alltagsorte .....	247
3.1.2	Thematische Umgestaltung traditioneller Stadt- quartiere .....	251
3.1.3	Bau neuer thematischer Siedlungen und Städte .....	261

---

3.2	Die Thematisierung des Raumes: Marken, Themenrouten, Events und Kampagnen .....	269
3.2.1	Markenbildung von Tourismusdestinationen .....	271
3.2.2	Themenrouten .....	276
3.2.3	Events und Kampagnen .....	280
	Literaturverzeichnis .....	288
	Personen-, Orts- und Einrichtungsverzeichnis .....	328
	Sachverzeichnis .....	340

# Abbildungsverzeichnis

1	Bausteine von Themenwelten .....	4
2	„Buffalo Bill’s Wild West Show“ im „Disneyland Resort Paris“ .....	10
3	Themenhotel „Castillo Alcazar“ im „Europa-Park“ in Rust .....	11
4	Kaminzimmer im „Gorah Elephant Camp“ (Südafrika) .....	12
5	Techniken der Inszenierung in Themenwelten .....	14
6	„Mall of the Emirates“ in Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) .....	16
7	Labyrinth im Außengelände der „Swarovski-Kristallwelten“ in Wattens bei Innsbruck .....	18
8	Türschild im Themenhotel „El Andaluz“ im „Europa-Park“ in Rust ...	20
9	Animation im „Dunbrody Famine Ship“ in New Ross (Republik Irland) .....	23
10	Neptun-Brunnen im Schlosspark von Versailles .....	25
11	Einstellungen der Bundesbürger zu Themenwelten .....	28
12	Phasen der gesellschaftlichen Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland .....	31
13	Themenwelten als optimierte Orte .....	33
14	Erfolgsfaktoren von Themenwelten: Das Mindscapes-Modell .....	36
15	Nachbau des „Verkehrsturms“ auf dem Potsdamer Platz in Berlin .....	37
16	<i>On-site</i> -Photo im „Sea Life Center“ in Oberhausen .....	39
17	Badepark „Tropical Island“ in Brandenburg .....	40
18	Themenwelten - ein Forschungsobjekt mehrerer Wissenschafts- disziplinen .....	45
19	Schokoladenbrunnen im „Schokoladenmuseum“ in Köln .....	49
20	Magdalenenklause im Schlosspark Nymphenburg in München .....	52
21	Interessenlagen von Projektbefürwortern und -gegnern beim „Center Parcs“ in Köselitz/Sachsen-Anhalt .....	57
22	Wildwasserbahn „Iguazú“ in der Themenwelt „Amazonia“ des Themenparks „Isla Mágica“ in Sevilla .....	65
23	„Römisches Haus“ im Park an der Ilm in Weimar .....	66
24	Informationstafel in der Themenwelt „Italien“ des „Europa-Park“ in Rust .....	70
25	Altersstruktur der Besucher im „Europa-Park“ (2001) .....	76
26	<i>On-ride</i> -Photo in „Knott’s Berry Farm“ (Kalifornien) .....	78
27	„Nivea-Kinderland“ im „Europa-Park“ in Rust .....	82
28	Plan des „Disneyland“ in Anaheim (Kalifornien) .....	85
29	Audienz bei Mickey Mouse im „Disneyland Resort Paris“ .....	88
30	Skyline von Manhattan vor dem Kasino-/Themenhotel „New York, New York“ in Las Vegas .....	100
31	Plan des Kasino-/Themenhotels „Mirage“ in Las Vegas .....	102
32	Themenrestaurant „Hard Rock Café“ am Platzl in München .....	106
33	Entwicklung der Gästeankünfte in Las Vegas (1970-2006) .....	121
34	Standorte von Themenhotels in Las Vegas (2008) .....	122
35	Themenhotels in der Türkei: Zufriedenheit deutscher Gäste mit unterschiedlichen Angebots-elementen (2007) .....	129

36	Front des „Ahwahnee Hotel“ im Yosemite National Park (USA) .....	133
37	Arabische Architekturelemente im Resorthotel „One and Only Royal Mirage“ in Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) .....	135
38	Schlüsselkomponenten und zusätzliche Angebotsoptionen von Urban Entertainment Centern .....	139
39	Eingang des „CentrO“ in Oberhausen .....	141
40	„Metreon“ in San Francisco .....	144
41	Steuerfaktoren des Marktes für Urban Entertainment Center .....	146
42	„Ghirardelli Square“ in San Francisco .....	149
43	„Coca-Cola-Oase“ im „CentrO“ in Oberhausen .....	152
44	Realisierung von Daseinsgrundfunktionen im „CentrO“ in Oberhausen .....	154
45	„CentrO“ in Oberhausen .....	164
46	Bevorzugter Ort für einen Einkaufsbummel in Oberhausen (1996, 1998, 1999) .....	165
47	„Mercato Shopping Mall“ in Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) .....	171
48	Merchandising-Shop in den „Swarovski-Kristallwelten“ in Wattens bei Innsbruck .....	177
49	„Loden-Erlebniswelt“ in Vintl (Italien) .....	179
50	Eingang des „Ravensburger Spiellandes“ in Meckenbeuren .....	185
51	„Lila Chocoland“ im „Europa-Park“ in Rust .....	187
52	Typologie der Markenerlebniswelten .....	189
53	Zielspektrum von Markenerlebniswelten .....	191
54	Luftbild der „Autostadt“ in Wolfsburg .....	193
55	Simulator in der „Autostadt“ in Wolfsburg .....	195
56	Plan der „Autostadt“ in Wolfsburg .....	197
57	Übergabe eines Neufahrzeugs in der „Autostadt“ in Wolfsburg .....	199
58	Bewertung der Kernkompetenzen der „Volkswagen AG“ nach dem Besuch der „Autostadt“ in Wolfsburg .....	201
59	„BMW Welt“ in München .....	204
60	Aufgabenspektrum von Zoologischen Gärten .....	210
61	„Arabia’s Wildlife Centre“ in Sharjah (Vereinigte Arabische Emirate) .....	213
62	„Masoala-Shop“ im „Zoo Zürich“ .....	215
63	Wochenverlauf der Tagesausflüge in Tierparks und Zoologische Gärten in Deutschland .....	218
64	Indianisch-russisches Blockhaus für amerikanische Bisons und eurasische Wisente im „Zoo Berlin“ .....	220
65	Positive Erinnerungen an einen Besuch in Zoologischen Gärten und Nationalparks (Australien) .....	222
66	Leitbild ( <i>mission statement</i> ) des „Singapore Zoo“ .....	223
67	Australischer „Outback“-Themenbereich im „London Zoo“ .....	224
68	Glasscheiben als Abgrenzung von Tiergehegen im „Tierpark Hellabrunn“ in München .....	229

69	Spaziergang mit Elefanten ( <i>animal encounter</i> ) im „Knysna Elephant Park“ (Südafrika) .....	232
70	Hinweistafel auf einen Kurzvortrag von Tierpflegern ( <i>keeper talk</i> ) im „Zoo Zürich“ .....	233
71	Themenbereiche im „Zoo Hannover“ .....	235
72	Entwicklung der Besucherzahlen im „Zoo Hannover“ (1994-2007) ....	237
73	Warteschlange vor dem „Sea Life Center“ in Konstanz .....	239
74	Eingang zum „Siegfried & Roy’s Secret Garden and Dolphin Habitat“ im Kasino-/Themenhotel „Mirage“ in Las Vegas .....	241
75	Zukunft der Themenwelten: Steuerfaktoren .....	246
76	St. Jakobus-Kapelle im Themenhotel „Santa Isabel“ im „Europa-Park“ in Rust .....	249
77	„Sony Center“ am Potsdamer Platz in Berlin .....	250
78	Privater Sicherheitsdienst im „Sony-Center“ am Potsdamer Platz in Berlin.....	252
79	„Victoria & Alfred Waterfront“ in Kapstadt .....	253
80	„Darling Harbour“ in Sydney .....	257
81	Flächennutzung in Celebration (Florida) .....	264
82	Strategien der Thematisierung des Raumes .....	270
83	Logo der regionalen Dachmarke „Rothaarsteig - der Weg der Sinne“ .....	273
84	„Heidi“ und „Geissenpeter“: Romanfiguren als Leitmotive der thematischen Dachmarke „Heidiland“ (Schweiz) .....	274
85	Routenführung und Stationen der „Route der Industriekultur“ in Nordrhein-Westfalen .....	278
86	„Oberschwäbische Barockstraße“: Klosterkirche Birnau am Bodensee .....	280
87	Luxemburg - „Europäische Kulturhauptstadt 2007“ .....	283
88	Entwicklung der Übernachtungszahlen in der Region Ostbayern im Vergleich zum Bundesland Bayern (1985-2001) .....	285

# Tabellenverzeichnis

1	Typen von Themenwelten .....	5
2	Potenzielle positive und negative Effekte von Themenwelten .....	54
3	Rangliste der besucherstärksten Freizeit- und Themenparks in Europa (2006) .....	79
4	Rangliste der besucherstärksten Freizeit- und Themenparks in den USA (2006) .....	87
5	Kasino-/Themenhotels in Las Vegas: Eröffnungsjahr, Unterkunfts- kapazität, Thema und Attraktionen .....	119
6	Themenhotels in der Türkei: Eröffnungsjahr, Unterkunfts- kapazität, Thema und Attraktionen .....	128
7	Vergleich typischer Merkmale von Malls und Städten .....	156
8	Soziodemographische Merkmale und Einkaufsgewohnheiten von Freizeit-Shoppern und Versorgungseinkäufern .....	160
9	Markenerlebniswelten: Gründungsjahr, Besucherzahlen und Fläche .....	181
10	Zahl der Zoologischen Gärten und Besucheraufkommen - differenziert nach Kontinenten (1990) .....	209
11	Besucherzahlen ausgewählter Zoologischer Gärten in Deutschland (1998-2004) .....	216