

# Inhalt

<b>1. Tourismusterminologie</b> .....	11
<b>1.1 Reisen im Spiegel der Sprache</b> .....	11
Wandern, Fahren und Reisen 11 Tour, Tourist und Tourismus 12 Urlaub und Ferien 14 Fremdenverkehr 16 Exkurs: Animation und Animateur 17 Abgrenzung zu Moti- vation 19 Abgrenzung zu Manipulation 20	
<b>1.2 Fachbegriffe und ihre Bedeutung</b> .....	22
Begriffssystem Fremdenverkehr/Tourismus 22 Reisende und Besucher, Touristen und Ausflügler 23 Touristische Fachbegriffe im Überblick 24	
<b>2. Tourismustheorie</b> .....	29
<b>2.1 Von der Reiselust der Deutschen</b> .....	29
<b>2.2 Vom Drang nach Draußen: Zwischen Luftschöpfen und Luftblasen</b> .....	34
<b>2.3 Vom Sinn des Reisens: Zwischen Aufbruch und Veränderung</b> .....	36
Wunsch nach Wechsel und Bewegung 36 Zwischen Traum und Realität 37 Kinder rei- sen durch Märchen 38	
<b>2.4 Animationsbedürfnis und Animateurbedarf</b> .....	39
Die Notwendigkeit der Animation 39 Der Animateur als Miturlauber 39 Leitlinien der Animateurpraxis 40	
<b>2.5 Tourismus als sozioökonomisches System</b> .....	41
<b>2.6 Tourismus in der Kritik</b> .....	46
Das Elend der Tourismuskritik 46 Die vier Phasen der Tourismuskritik 47	
<b>3. Tourismusgeschichte</b> .....	51
<b>3.1 Zeit der fahrenden Schüler</b> .....	51
<b>3.2 Grand Tour of Europe</b> .....	53
<b>3.3 Wanderbrauch junger Handwerksgesellen</b> .....	57
<b>3.4 Bildungsreisen des gehobenen Bürgertums</b> .....	59
<b>3.5 Forschungs- und Entdeckungsreisen</b> .....	61
<b>3.6 Alpinismus</b> .....	64
<b>3.7 Bergtouristik</b> .....	67
<b>3.8 Schülerreisen</b> .....	68
<b>3.9 Entwicklung der Gesellschaftsreisen</b> .....	71
<b>3.10 Wandervogel, Jugendbewegung und KdF</b> .....	74

<b>4. Tourismuspsychologie</b> .....	77
4.1 Zur Psychologie des Urlaubsreisenden: Zwischen Klischee und Konflikt .....	77
Die Oberfläche: Urlaub als Klischee 77 Die Außenseite: Urlaub als Leistung 78 Die Innenseite: Urlaub als Konflikt 79	
4.2 Zur Psychologie des Urlaubsalltags: Der Alltagsmensch in der Rolle des Urlaubers .....	80
Thesen zur Psychologie des Urlaubsalltags 80 Der Urlaub: Keine echte Alternative zum Arbeitsalltag 83 Die Konträr-Haltung 84 Die Komplementär-Haltung 86	
4.3 Zur Erwartung an einen gelungenen Urlaub: Zwischen Wunsch und Wirklichkeit .....	87
Urlaubsmotiv Sonne 87 Urlaubsmotiv Ruhe 89 Urlaubsmotiv Kontrast 89 Urlaubsmotiv Natur 90 Urlaubsmotiv Freiheit 90 Urlaubsmotiv Kontakt 91 Urlaubsmotiv Spaß 92 Urlaubsmotiv Komfort 92 Urlaubsmotiv Aktivität 92 Urlaubsmotive im Generationenvergleich 94	
4.4 Zur Psychologie des Alleinreisenden: Allein leben, gemeinsam verreisen wollen .....	94
Im Urlaub allein 94 Vereinsamung und Kontaktsuche im Urlaub 96 Kaum einer will mehr allein verreisen 98	
4.5 Zur Psychologie des Daheimurlaubers: Mehr Seelen- als Sonnenbaden .....	100
Erlebniswert des Zu-Hause-Bleibens 100 Daheimurlaub als Gestaltungsaufgabe 102 Statt Urlaub „Stadurlaub“ 103	
<b>5. Tourismusanalysen</b> .....	107
5.1 Zielgruppen .....	107
5.2 Tourismusentwicklung im Überblick .....	111
5.3 Reisende .....	114
Soziodemographische Merkmale 114 Urlaubsformen 115 Urlaubsaktivitäten 117 – Urlaubsreiseziele 121 Anforderungen an Reiseziele 122	
5.4 Nichtreisende .....	123
Hinderungsgründe 123 Aktivitäten 127	
5.5 Reiseenttäuschungen .....	127
Das Klischee vom „glücklichen Urlauber“ 127 – Urlaubsenttäuschung Nr. 1: Das Wetter 128 Anreise und erste Eindrücke 128 Die persönliche Urlaubsbilanz 130	
5.6 Urlaubsberatung .....	131
Fahrplan für ungetrübte Ferienfreuden 131 Mehr Ferien in den Ferien: Vom Arbeits- in den Urlaubsrhythmus 134	
<b>6. Tourismusprognosen</b> .....	137
6.1 Träume .....	137
Inselsehnsucht 137 Reiseträume 139 Lieblingsreiseziele: Wohin die Deutschen am liebsten reisen wollen 139 Lieblingsreiseziele nach Lebensphasen: Lieblingsreise-	

ziele von Jugendlichen 142 Lieblingsreiseziele von jungen Erwachsenen 142 Lieblingsreiseziele von Singles 143 Lieblingsreiseziele von Paaren 143 Lieblingsreiseziele von Familien mit Kindern 144 Lieblingsreiseziele von Familien mit Jugendlichen/ Erwachsenen 144 Lieblingsreiseziele von Jungsenioren 145 Lieblingsreiseziele von Ruheständlern 146 Urlaubsträume: Wovon die Deutschen schon lange träumen 146 Urlaubsträume nach Lebensphasen: Urlaubsträume von Jugendlichen 148 Urlaubsträume von jungen Erwachsenen 148 Urlaubsträume von Singles 149 Urlaubsträume von Paaren 149 Urlaubsträume von Familien mit Kindern 149 Urlaubsträume von Familien mit Jugendlichen/ Erwachsenen 150 Urlaubsträume von Jungsenioren 150 Urlaubsträume von Ruheständlern 151 Heimweh nach dem verlorenen Paradies 151	
<b>6.2 Trends</b> .....	<b>152</b>
Trend zum Urlaubserleben in intakter Landschaft 152 Trend zur Individualisierung der Reiseformen 155 Trend zum zweiten Zuhause 157 Trend zu sonnigen Reisezielen 158 Trend zu anspruchsvolleren Reiseangeboten 160 Trend zum Urlaubsverhalten zwischen Entspannungsbedürfnis und Unternehmungslust 162 Trend zu kürzeren Reisen 164 Trend zu spontaneren Reiseentscheidungen 167 Trend zur Urlaubsgestaltung mit Clubatmosphäre 168 Trend zum Zielgruppentourismus 171 Trend der Trends: Reisen rund ums Jahr 172	
<b>6.3 Szenarien</b> .....	<b>175</b>
Szenario I: Superurlaub für alle 175 Szenario II: Cluburlaub für viele 176 Szenario III: Urlaub als Grenzerlebnis 178 Szenario IV: Urlaub auf die sanfte Tour 180 Szenario V: Zweiturlaub unter Glas 181 Szenario VI: Daheimurlaub als Notlösung 182 Szenario VII: Teleurlaub als Ersatz 183	
<b>7. Tourismuspolitik</b> .....	<b>185</b>
<b>7.1 Probleme</b> .....	<b>185</b>
<b>7.2 Kompetenzen</b> .....	<b>187</b>
<b>7.3 Maßnahmen</b> .....	<b>188</b>
Den Freizeit- und Ferienverkehr entzerren 188 Kurorte und Heilbäder zielbewußt auf den gesundheitsbewußten Urlauber ausrichten 191 Die Tourismusindustrie zur ökologischen Buchführung verpflichtet 192 Freiwillige Kapazitätsbeschränkungen einführen 193	
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>197</b>