

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 5

Kapitel I: Kultur und deren Funktion als touristische Ressource in Rheinland-Pfalz und der Region Trier

Heidi Schumacher
Kulturland Rheinland-Pfalz 11

Andreas Kagermeier
Erfolgsfaktoren für Events im kulturorientierten Städtetourismus – eine
Evaluierung der Kaiser Konstantin Ausstellung 2007 in Trier 17

Björn Rudek
Kooperationen im Auslandsmarketing kulturtouristischer Destinationen am
Beispiel der Stadt Trier 41

Kapitel II: Marktstrategien und Marketingansätze im Kulturtourismus

Rainer Hartmann
Freizeitmärkte als kulturtouristische Ressource. Marktabgrenzung,
Segmentierung von Teilmärkten und Marktpotenziale 65

Felix Herle
Entwicklung von Marketingstrategien für Stätten des kulturellen Erbes im
Spannungsfeld zwischen Konservierung und Markt 83

Andreas Sandermann/Angela Jain
Kultur und Tourismus: Ein Verständigungsproblem. Viele Sprachen, kein
Konzept. Probleme des Kulturtourismus-Marketing am Beispiel der
Akteurskonstellation des deutsch-niederländischen Kulturraums Niederrhein .. 95

Kapitel III: Heritage-Tourismus – Die Vergangenheit als kulturtouristische Ressource

Dirk Brückner

Ganzheitlicher Erklärungsansatz im Heritage-Tourismus 109

Fanny Raab

The Significance of Socialist Heritage for Tourism in Berlin: Neglectable Niche or Important Part of the Tourist Offer? 125

Kapitel IV: Kulturtouristische Ressourcen zur Weiterentwicklung von Destinationen

Kristiane Klemm/Isabelle Thilo

Industriekultur und Landschaftswandel als kulturtouristische Ressourcen – Destinationsentwicklung durch Landschaftswandel am Beispiel der Lausitz 143

Claudia Möller/Markus Schuckert/Philipp Boksberger/Alexander Schuler/Manfired Böhme

Erfolgsfaktoren für das Management von kulturbasierten Attraktionen: Herausforderungen und Probleme für Kulturtourismus im ländlichen Raum 161

Heinrich Pachner

Tourismus und Regionalkultur in dynamischer Wechselbeziehung. Empirische Fallstudie in der Region Independencia/Bolivien 179

Kapitel V: Innovative Produktansätze im Tourismus

Harald Pechlaner/Sandra Lange/Frieda Raich/Giulia Dal Bó

Minderheiten – eine touristische Ressource? Über eine mögliche neue Angebotsform im Kulturtourismus 203

Anita Zehrer/Dagmar Abfalter/Alice Grabmüller

Das Spannungsfeld zwischen Selbst- und Fremdbild – Inszenierung am Beispiel des Touriseums in Meran 221

Anja Brittnner-Widmann/Verena Huhn

Das Cittaslow-Konzept – Entschleunigung als Mittel zur Förderung des Städte- und Kulturtourismus 239

Autorenverzeichnis 255