

I N H A L T  
=====

	Seite
<u>E i n l e i t u n g</u>	
Ein Überblick über Ansätze der psychologischen und sozialpsychologischen Tourismusforschung (Robert Datzler, Studienkreis für Tourismus) .....	7
Zur Psychologie des Urlaubers. Im Spannungsfeld von Klischee und Konflikt, Normalität und Ausufern (Horst Opaschowski, Universität Hamburg).....	41
<u>M o t i v e</u>	
Motive des Reisens. Zum Attraktionswert der Urlaubsreise. Perspektiven der kreativen Umsetzung (Reinhard Schober, Institut für Verhaltensanalyse). .....	45
Glücksvorstellungen - Urlaubserwartungen. Folgerungen für ein menschenfreundliches Marketing (Klaus D. Hartmann, FAMA) .....	55
Vorstellungen vom Urlaub und von Österreich (Ulrich Meindl, Basis Research) .....	77
Urlaubertypologien. Typologien als Methodik der Datenanalyse und der Zielgruppendefinition (Robert Richter, Marplan) .....	85
<u>A l t e r s g r u p p e n</u>	
Junge Leute reisen gern. Teens und Twens als Urlauber (Brigitte Melzer, Institut für Jugendforschung) ...	97
Familien im Urlaub. Eltern und Kinder haben unterschiedliche Wünsche (Gudrun Meyer, Meyer Marketing-Forschung) .....	111
Senioren sind muntere Reisende. Ältere Leute aktiver als erwartet (Klaus D. Hartmann, FAMA) .....	125

M e i n u n g e n

Seite

Meinungen über deutsche Landschaften (Gerd Kramer, FVV Schleswig-Holstein) .....	131
Das Image von Dänemark als Urlaubsland (Wolfgang Meyer, Meyer Marketing-Forschung) .....	141
Das Image von Frankreich als Urlaubsland (Wolfgang Meyer, Meyer Marketing-Forschung) .....	159
Das Image von Jugoslawien als Urlaubsland (Ernst-Albert Naether, Studiengruppe Naether) .....	173

V e r h a l t e n

Aktivitäten am Urlaubsort 1979 (Robert Datzer, Studienkreis für Tourismus) .....	187
Tätigkeiten und Stimmungen während des Urlaubs. Eine Urlaubstagebuch-Studie des Südfunks Stuttgart (Reinhard Schober, Institut für Verhaltensanalyse) ..	199
Erlebnisse und Verhaltensweisen am Urlaubsort. Sozialpsychologische Beobachtungs- und Befragungs- studien "vor Ort" (Klaus D. Hartmann, FAMA) .....	223
Urlaubsangebote vor Ort überprüft (Horst Schwartz, Stiftung Warentest) .....	233
Reisezufriedenheit - Urlaubszufriedenheit. Ursachen und Auswirkungen (Rainer Wohlmann, Marplan) .....	239

W e r b u n g

Wie wirken Fremdenverkehrsplakate? (Klaus D. Hartmann, FAMA) .....	247
Die Wahrnehmung von Bildern in der Fremdenverkehrswerbung (Helene Karmasin, Institut für Motivforschung) .....	253

	Seite
<hr/>	
Empfehlungen zur Tourismusforschung (Reinhard Schober) .....	269
Einige Gedanken zum "Theoriedefizit" der Tourismusforschung (Klaus D. Hartmann) .....	273
"Geborgen in der donnernden Ferienherde." Der Urlauber ist kein unbekanntes Wesen mehr. Zu einer Fachtagung über psychologische Tourismusforschung (Friedrich A. Wagner, Frankfurter Allgemeine Zeitung) .....	277