

INHALTSVERZEICHNIS

	Vorwort	
	Inhaltsverzeichnis.....	1
	Verzeichnis der Abbildungen.....	5
	Verzeichnis der Grafiken.....	5
	Matrix- und Tabellenverzeichnis.....	6
	Abkürzungsverzeichnis.....	7
1.	EINLEITUNG.....	8
1.1	Problemstellung und Zielsetzung.....	8
1.2	<i>Inhaltliche und datentechnische Restriktionen</i>	10
1.3	Aufbau der Arbeit.....	12
1.4	Grundlegende Begriffe.....	13
2.	MARKTSEGMENTIERUNG ALS TOURISTISCHE MARKETING- STRATEGIE.....	17
2.1	Begriffsabgrenzung.....	17
2.2	Notwendigkeit einer gezielten Marktbearbeitung im Tourismus.....	19
2.2.1	Angebots- und Nachfragestruktur.....	20
2.2.2	Wettbewerbssituation.....	23
2.2.3	Vor- und Nachteile.....	24
2.2.4	Probleme und Grenzen.....	26
2.3	Kriterien zur Marktsegmentierung.....	27
2.4	Typologien als Ziel touristischer Marktsegmentierung.....	29
2.4.1	Erfassungsproblematik.....	29
2.4.2	Aussagewert bekannter Typologien.....	30
2.4.3	Probleme bei der Typenbildung.....	32
2.4.3.1	Methoden der Zielgruppenanalyse.....	32
2.4.3.1.1	Univariate Analysetechniken.....	32
2.4.3.1.2	Bivariate Analysetechniken.....	33
2.4.3.1.3	Multivariate Analysetechniken.....	34
2.4.3.2	<i>Inhaltliche und ökonomische Probleme</i>	35
2.5	Zusammenfassung und Konsequenzen.....	36

3.	MARKTFORSCHUNG ALS GRUNDLAGE ZUR MARKTSEGMENTIERUNG UND IHRE ROLLE IM TOURISMUS.....	37
3.1	Aufgabe und Begriffseingrenzung.....	37
3.2	Stellenwert.....	39
3.2.1	Marktforschungstreibende Organisationen.....	40
3.2.2	Nicht marktforschungstreibende Organisationen.....	42
3.3	Zusammenfassung und Konsequenzen.....	44
4.	DIE REISEANALYSE ALS INSTRUMENT TOURISTISCHER MARKTFORSCHUNG.....	46
4.1	Träger des touristischen Datenangebots.....	46
4.1.1	Erhebungen der amtlichen Statistik.....	46
4.1.2	Erhebungen halbamtlicher und privater Organisationen.....	48
4.1.2.1	Inhaltliche Differenzen.....	48
4.1.2.2	Methodologische Aspekte.....	51
4.2	Die 85er Reiseanalyse.....	54
4.2.1	Aufbau und Methodik.....	54
4.2.2	Erhobene Merkmale.....	55
✓ 4.2.2.1	Soziodemographische und -ökonomische Merkmale.....	57
✗ 4.2.2.2	Psychographische und verhaltensorientierte Merkmale.....	57
4.2.3	Probleme und Mängel.....	60
4.3	Zusammenfassung und Konsequenzen.....	61
5.	EINGESETZTE METHODEN UND VERFAHREN DER DATENANALYSE.....	63
5.1	Vorbemerkungen.....	63
5.2	Kontingenztafelanalysen.....	65
5.3	Die Varianzanalyse.....	70
5.3.1	Prämissen und Konsequenzen bei ihrer Verletzung.....	70
5.3.2	Interpretationshilfen.....	72
5.4	Probleme.....	73
6.	NICHTREISENDE ALS MARKTSEGMENT DES TOURISMUS.....	76
6.1	Begriffsdiskussion.....	77
6.2	Gründe für die Auswahl des Segments.....	80
6.3	Reiseverhalten und Reisegewohnheiten.....	83

6.3.1	Begriffsproblematik.....	84
6.3.2	Sozioökonomische und -demographische Variablen und Konstrukte als Erklärungsgrößen.....	86
6.3.2.1	Das Konzept der sozialen Schicht und sozioökono- mische Variablen.....	87
6.3.2.1.1	Das Konzept der sozialen Schicht.....	87
6.3.2.1.2	Korrelationsvergleich zwischen Variablen und Konstrukt.....	89
6.3.2.1.3	Verteilung nach sozialen Schichten und Bil- dungsstruktur.....	95
6.3.2.2	Das Lebenszykluskonzept und soziodemographische Variablen.....	100
6.3.2.2.1	Entwicklung des Lebenszykluskonzeptes.....	102
6.3.2.2.2	Korrelationsvergleich zwischen Variablen und Konstrukt.....	106
6.3.2.2.3	Verteilung nach Lebenszyklusphasen.....	110
6.3.2.3	Vergleich der Konstrukte.....	114
6.3.2.3.1	Überprüfung der varianzanalytischen Voraus- setzungen	116
6.3.2.3.2	Getrennter Einfluß der Konstrukte.....	118
6.3.2.3.3	Gemeinsamer Einfluß der Konstrukte und ihre Wechselwirkungen.....	122
6.3.2.3.3.1	Zellfrequenzanpassung im zweifaktoriellen Fall....	122
6.3.2.3.3.2	Gemeinsamer Einfluß der Konstrukte.....	123
6.4	Nichtreisende zum Thema "Urlaub" und "Urlaubs- reise".....	127
6.4.1	Gründe für das Nichtverreisen.....	128
6.4.1.1	Differenzierung nach Reisegewohnheiten.....	132
6.4.1.2	Differenzierung nach Lebenszyklusphasen.....	134
6.4.2	Unterschiede zwischen einem Urlaub zu Hause und einer Urlaubsreise.....	138
6.4.2.1	Unterschiede nach Reisegewohnheiten.....	138
6.4.2.2	Unterschiede nach Lebenszyklusphasen.....	140
6.4.3	Meinungen zum Thema "Urlaub" und "Urlaubsreise"....	143
6.4.3.1	Meinungen nach Reisegewohnheiten.....	144
6.4.3.2	Meinungen nach Lebenszyklusphasen.....	146
6.5	Reiseabsichten und Zielgebietspräferenzen der Nichtreisenden.....	148
6.5.1	Zusammenhang zwischen Reisegewohnheiten, Lebenszyklusphasen und Reiseabsichten.....	150

6.5.2	Reiseabsichten nach Reisegewohnheiten und Lebenszyklusphasen.....	151
6.5.3	Das touristische Potential der reisewilligen Nichtreisenden.....	153
6.5.4	Zielgebietspräferenzen der reisewilligen Nichtreisenden.....	156
6.6	Zusammenfassung und Zielgruppencharakteristik.....	162
7.	SCHLUSSBETRACHTUNG.....	169
	Literaturverzeichnis.....	174
	Anhang.....	183
	Programmetechnische Abgrenzung der Lebenszyklusphasen und "Nichtreisetypen".....	183
	Datenquelle und Veröffentlichungshinweis.....	185