

Inhaltsverzeichnis

Einführung	5
Dank	6
Vorwort	7
Inhaltsverzeichnis	9
Liste der Tabellen	15
Liste der grafischen Darstellungen	16
Liste der Karten	17
Teil A Theoretischer Teil	19
1 Grundlagen	20
1.1 Zugang zur Thematik	20
1.1.1 Raumwissenschaftliche Perspektive	20
1.1.2 Qualitativ orientiertes Forschungsverständnis	20
1.1.3 Dimensionen des touristischen Raumbezugs	21
1.1.3.1 Verhaltensdimension	21
1.1.3.2 Standortdimension	21
1.1.3.3 Wirkungsdimension	22
1.1.3.4 Planungsdimension	23
1.2 Vorgehensweise	23
1.2.1 Problemstellung und Zielsetzungen	23
1.2.2 Aufbau	23
1.3 Begriffliche Grundlagen	24
1.3.1 Begriffe aus dem Bildungsbereich	24
1.3.1.1 Bildung	24
1.3.1.2 Education permanente und Education récurrente	25
1.3.1.3 Weiterbildung und Erwachsenenbildung	25
1.3.1.4 Seminar und Training	26
1.3.1.5 Seminar: Eine zusammenfassende Definition	27
1.3.2 Begriffe aus dem Tourismus	27
1.3.2.1 Tourismus als Gesamtbegriff	27
1.3.2.2 Tourismus als System	27
1.3.3 Der Begriff Seminartourismus	28
1.3.3.1 Synthetische Definition von Seminartourismus	28
1.3.3.2 Seminartourismus und Tourismusklassifikationen	28
1.3.4 Abgrenzungen zu benachbarten Begriffen	30
1.3.4.1 Bildungstourismus und Studententourismus	30
1.3.4.2 Kongresstourismus	31
1.3.4.3 Konferenztourismus	32
1.3.4.4 Incentive-Tourismus	32

2	Seminar-tourismus im Kontext	33
2.1	Generelle Entwicklungstendenzen	33
2.1.1	Wandel	33
2.1.2	Beschleunigung	34
2.1.3	Vernetzung	34
2.2	Konkrete Einflüsse auf das Phänomen Seminar-tourismus	35
2.2.1	Wertwandel bei Arbeit und Freizeit	35
2.2.1.1	Veränderter Stellenwert der Erwerbstätigkeit	35
2.2.1.2	Einfluss der Freizeit auf das Wertsystem	35
2.2.1.3	Veränderte Bedeutung der Freizeit	36
2.2.1.4	Übergang zum integralen Lebenskonzept	36
2.2.2	Veränderungen in der technologisch/wirtschaftlichen Umwelt	36
2.2.2.1	Technologieschub	36
2.2.2.2	Veränderte Arbeitszeit-Bedingungen	36
2.2.2.3	Öffnung der Märkte	37
2.2.2.4	Humanisierung der Arbeit	37
2.2.2.5	Steigende Anforderungen an Kadermitglieder	38
2.2.3	Veränderungen in der Sozialstruktur	39
2.2.3.1	Verschiebung der Alterspyramide	39
2.2.3.2	Zunahme der Einpersonenhaushalte	40
2.2.3.3	Veränderte Geschlechterrollen	40
2.2.4	Veränderungen in der Siedlungs- und Mobilitätsstruktur	41
2.2.4.1	Ballungsprozess und Stadtfucht	41
2.2.4.2	Motorisierung und Mobilitätsdiskussion	41
2.3	Seminar-tourismus als Teil des Bildungssystems	43
2.3.1	Der Weiterbildungsbereich innerhalb des Bildungssystems	43
2.3.2	Der Weiterbildungsbereich: Eine Annäherung	44
2.3.2.1	Trägerschaft	44
2.3.2.2	Institutionen	45
2.3.2.3	Veranstalter	46
2.3.2.4	Weiterbildungsinhalte	46
2.3.2.5	Wirtschaftlich/beruflich orientierte Weiterbildungsangebote	47
2.3.2.6	Weiterbildungsverhalten der Schweizer Bevölkerung	48
2.3.3	Bewertung und Perspektiven des Weiterbildungsbereichs	49
2.3.4	Einfluss der Tourismuselemente auf die Bildungsaktivitäten	50
2.3.4.1	Grundsätzliche Überlegungen	50
2.3.4.2	Reise als Vorbereitungs- und Nachbereitungszeit	51
2.3.4.3	Weiterbildung in Klausur und ungewohnter Umgebung	51
2.3.4.4	Weiterbildung als Lokaltermin	52
2.3.4.5	Zusatznutzen für Teilnehmerinnen und Teilnehmer	52
2.4	Seminar-tourismus als Teil des Tourismussystems	52
2.4.1	Tourismus in der Schweiz – heute und morgen	52
2.4.1.1	Tourismusion Schweiz	52
2.4.1.2	Tourismus als Wirtschaftsfaktor	53
2.4.1.3	Stärken und Schwächen des Schweizer Tourismus	53
2.4.1.4	Aktuelle Tourismuskritik und neue Ansätze	56
2.4.1.5	Zukünftige Tourismustrends	57

2.4.2	Spezielle Charakteristiken des Seminartourismus	59
2.4.2.1	Andere Gewichtung der Angebotskomponenten	59
2.4.2.2	Spezifische Anforderungen an das touristische Angebot	60
2.4.3	Einfluss des Bildungselements auf touristische Aspekte	62
2.4.4	Stellung des Seminartourismus in Grundlagen zu Tourismuspolitik und -marketing	63
2.4.4.1	Nationale Ebene	63
2.4.4.2	Regionale, kantonale und lokale Ebene	63
2.5	Seminartourismus 1990 in der Schweiz: Eine bildungs- und tourismusorientierte Untersuchung	65
2.5.1	Grundlage	65
2.5.2	Soziodemographische Auswertung	65
2.5.3	Anzahl besuchte Weiterbildungsveranstaltungen	66
2.5.4	Anzahl Seminartage	66
2.5.5	Seminarbedingte Übernachtungen	67
2.5.6	Zusammenfassung	68
2.6	Zusammenfassung: 18 Thesen zum Kontext des Seminartourismus	68
2.6.1	Themenkreis Arbeit und Freizeit	68
2.6.2	Themenkreis Technologie und Wirtschaft	68
2.6.3	Themenkreis Sozialstruktur	68
2.6.4	Themenkreis Siedlungsstruktur und Mobilität	69
2.6.5	Themenkreis Seminartourismus und Bildungssystem	69
2.6.6	Themenkreis Seminartourismus und Tourismussystem	70
3	Seminartourismus: Ein konzeptioneller Raster	71
3.1	Überblick	71
3.2	Das Aktorenkonzept des Seminartourismus	72
3.2.1	Die Komponenten des Aktorenkonzepts	72
3.2.1.1	Seminarhaus	72
3.2.1.2	Seminaranbieter	72
3.2.1.3	Seminar Teilnehmer	72
3.2.1.4	Seminarvermittler	72
3.2.1.5	Beziehungen unter den Aktoren	73
3.2.2	Die Aktoren im Zusammenspiel	73
3.2.2.1	Seminarmarkt mit freiem Zugang	73
3.2.2.2	Seminarmarkt mit beschränktem Zugang	75
3.3	Das Profilkonzept des Seminartourismus	77
3.3.1	Die Komponenten des Profilkonzepts	77
3.3.1.1	Distanz	77
3.3.1.2	Bildungsangebot	78
3.3.1.3	Tourismusangebot	78
3.3.1.4	Integration	79
3.3.2	Die Profilkomponenten im Zusammenspiel	79
3.4	Anwendung der beiden Konzepte	81
3.4.1	Beurteilung einzelner Erscheinungsformen	81
3.4.1.1	Fallbeispiel Alfred Lerner	81
3.4.1.2	Fallbeispiel Flora	81

3.4.1.3	Fallbeispiel Fleissig AG	81
3.4.2	Erarbeitung von Typen	83
3.4.2.1	Beruflich orientierter Seminartourismus im betrieblichen Rahmen	83
3.4.2.2	Allgemeinbildender Seminartourismus auf individueller Ebene	84
3.4.2.3	Weiterbildung in Migros-Klubschulen	84
3.5	Bewertung der beiden Konzepte	86
3.5.1	Nutzen und Grenzen des Aktorenkonzepts	86
3.5.2	Nutzen und Grenzen des Profilkonzepts	86
3.5.3	Wichtigkeit der Vernetzung aller Bezugspunkte	87
Teil B	Empirischer Teil	89
4	Seminartourismus in der Schweiz 1991: Eine raumorientierte Untersuchung	90
4.1	Untersuchungsanlage	90
4.2	Darstellungsmethode	90
4.2.1	MS-Regionen	90
4.2.2	Grossregionen	92
4.2.3	Populärregionen	93
4.3	Aspekte der Raumwirksamkeit von interner Weiterbildung	94
4.3.1	Erhebungsmethode der Umfrage 1	94
4.3.1.1	Stichprobe	94
4.3.1.2	Art der Befragung	94
4.3.1.3	Befragungszeitraum	94
4.3.1.4	Rücklauf	94
4.3.1.5	Folgerungen	94
4.3.2	Integration der Erkenntnisse aus Umfrage 1 in den konzeptionellen Raster des Seminartourismus	96
4.3.2.1	Aktorenkonzept	96
4.3.2.2	Profilkonzept	96
4.3.2.3	Räumliches Verteilungsmuster	96
4.3.3	Resultate der Umfrage 1	96
4.3.3.1	Körperschaften und ihre Aus- und Weiterbildungszentren	96
4.3.3.2	Chronologische Entwicklung	100
4.3.3.3	Zusatznutzen von Aus- und Weiterbildungszentren	100
4.3.3.4	Weiterbildungsveranstaltungen ausser Haus	102
4.3.3.5	Regionale Präferenzen	102
4.3.3.6	Zentralität, Peripherie, Minderheiten	108
4.4	Standorte und Charakteristiken von Seminarhäusern	110
4.4.1	Erhebungsmethode der Umfrage 2	110
4.4.1.1	Stichprobe	110
4.4.1.2	Art der Befragung	111
4.4.1.3	Befragungszeitraum	111
4.4.1.4	Rücklauf	112
4.4.1.5	Folgerungen	112

4.4.2	Integration der Erkenntnisse aus Umfrage 2 in den konzeptionellen Raster des Seminar­tourismus	112
4.4.2.1	Aktorenkonzept	112
4.4.2.2	Profilkonzept	112
4.4.2.3	Räumliches Verteilungsmuster	113
4.4.3	Resultate der Umfrage 2	113
4.4.3.1	Basisgliederung	113
4.4.3.2	Verteilungsmuster der Seminarhäuser	114
4.4.3.3	Seminarhäuser an sich	115
4.4.3.4	Standorte im engeren Sinn der Seminarhäuser	121
4.4.3.5	Standortgemeinden der Seminarhäuser	123
4.4.3.6	Imagekomponenten der Standortregionen von Seminarhäusern	124
4.4.3.7	Erreichbarkeit der Seminarhäuser	124
4.4.3.8	Raumbezug von Seminarinhalten	130
4.4.3.9	Verteilungsmuster seminar­touristischer Veranstaltungen	131
4.5	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	140
4.5.1	Seminar­tourismus als Wirtschaftsfaktor	140
4.5.2	Komplexe Beweggründe bei der Wahl des Seminarorts	140
4.5.3	Unterschiedliche Profile von Seminarhäusern	141
4.5.4	Differenzierte räumliche Verteilungsmuster in der Schweiz	141
4.5.5	Bevorzugte Seminarregionen	142
4.5.6	Plattform für Diversifikation, Nischenpolitik und Experimente	143
Teil C	Synthese	145
5	Seminar­tourismus: Perspektiven im Rahmen einer qualitativen Tourismusedwicklung	146
5.1	Grundlagen	146
5.1.1	Zielsetzung	146
5.1.2	Inhaltliche Bezüge	146
5.1.3	Integration in den konzeptionellen Raster des Seminar­tourismus	146
5.2	Bausteine zu einer qualitativen Strategie für den Seminar­tourismus	146
5.2.1	Leitgedanken im Rahmen des Aktorenkonzepts	146
5.2.2	Leitgedanken im Rahmen des Profilkonzepts	148
5.2.2.1	Distanz	148
5.2.2.2	Bildungskonzeption	149
5.2.2.3	Tourismusangebot	149
5.2.2.4	Integration	150
5.2.2.5	Überblick	152
5.2.3	Leitgedanken im Rahmen des räumlichen Verteilungsmusters	152
5.3	Zusammenfassung und Konklusion	152

Zusammenfassung	155
I Inhaltsübersicht	156
II Die wichtigsten Ergebnisse	157
Verzeichnisse	
Anhänge	163
Literatur- und Quellenverzeichnis	164
Abkürzungsverzeichnis	170
Anhang 1: Fragebogen der Umfrage 1	173
Anhang 2: Fragebogen der Umfrage 2	177
Biographische Angaben: Daniel von Arx	184