

# Inhalt

Vorwort des Herausgebers.....	III	
Inhalt .....	V	
Verzeichnis der Abbildungen .....	VII	
Verzeichnis der Tabellen.....	VIII	
Verzeichnis des Anhangs.....	IX	
Verzeichnis der Abkürzungen .....	X	
<b>1</b>	<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN .....</b>	<b>3</b>
2.1	DER TERRORISMUS.....	3
2.1.1	Etymologie und definitorische Abgrenzung.....	3
2.1.2	Erscheinungsformen des Terrorismus.....	5
2.2	DER TOURISMUS.....	7
2.2.1	Das System Fremdenverkehr.....	7
2.2.2	Schnittstelle zwischen den Kulturen .....	9
2.3	DIE KRISE .....	11
2.3.1	Ursachen und Auswirkungen touristischer Krisen .....	12
2.3.2	Krisenmanagement.....	13
<b>3</b>	<b>DIE BEZIEHUNGEN ZWISCHEN TOURISMUS, TERRORISMUS UND DEN MEDIEN.....</b>	<b>15</b>
3.1	BERICHTERSTATTUNG VON TERRORAKTEN IN DEN MEDIEN .....	15
3.1.1	Die Wirkung der Medien.....	16
3.1.2	Die Medien als Werkzeug des Terrorismus .....	17
3.1.3	Die Folgen der Berichterstattung für den Fremdenverkehr.....	18
3.2	DIE WECHSELBEZIEHUNGEN ZWISCHEN TERRORISMUS UND TOURISMUS .....	20
3.2.1	Der Tourismus im Focus des Terrors.....	21
3.2.1.1	Tourismus als taktisches Ziel.....	22
3.2.1.1	Tourismus als strategisches Ziel .....	23
3.2.1.2	Tourismus als ideologisches Ziel.....	24
3.2.2	Auswirkungen terroristischer Anschläge auf das System Fremdenverkehr .....	26
3.2.2.1	Veränderungen des Destinationsimage .....	26
3.2.2.2	Veränderungen der Risikowahrnehmung und Reiseent- scheidung .....	28
3.2.2.3	Veränderungen der touristischen Nachfrage .....	32
3.2.3	Wirtschaftliche Auswirkungen auf den Tourismus .....	35
3.3	ZUSAMMENFASSUNG DER INTERAKTIONEN .....	37

<b>4</b>	<b>DIE WIRKUNGSBEREICHE VON TERROR- ANSCHLÄGEN AM BEISPIEL DES 11. SEPTEMBER 2001</b> .....	<b>38</b>
4.1	VORBETRACHTUNG .....	38
4.1.1	Einordnung der Anschläge .....	38
4.1.2	Die Situation vor dem 11. September .....	39
4.2	DER KONSUMENT ALS WIRKUNGSBEREICH.....	40
4.2.1	Auswirkung auf die touristische Nachfrage .....	40
4.2.2	Veränderungen des Reiseverhaltens .....	42
4.3	DAS TOURISTISCHE PRODUKT UND DIE PRODUZENTEN ALS WIRKUNGSBEREICH.....	43
4.3.1	Auswirkungen auf die Destinationen.....	43
4.3.2	Auswirkungen auf die Beherbergungsindustrie .....	45
4.3.3	Auswirkungen auf die Transportbetriebe.....	47
4.3.4	Auswirkungen auf die Reiseveranstalter.....	54
4.3.5	Auswirkungen auf die Reisemittler .....	56
4.3.6	Veränderungen des touristischen Produktes .....	58
4.4	DER STAAT ALS WIRKUNGSBEREICH .....	59
4.5	ZUSAMMENFASSUNG DER AUSWIRKUNGEN.....	60
<b>5</b>	<b>BEWÄLTIGUNG DER NEGATIVEN EFFEKTE TERRORISTISCHER ANSCHLÄGE IN DER TOURISMUSBRANCHE</b> .....	<b>61</b>
5.1	SICHERHEITSMABNAHMEN IM OUTGOINGTOURISMUS.....	62
5.1.1	Öffentliche Träger.....	62
5.1.2	Private Träger .....	64
5.2	SICHERHEITSMABNAHMEN IM INCOMINGTOURISMUS .....	67
5.2.1	Nationale Verantwortlichkeiten.....	68
5.2.2	Regionale und lokale Verantwortlichkeiten.....	72
5.2.3	Branchenbezogene Verantwortlichkeiten .....	75
5.2.4	Die Eigenverantwortung der Touristen.....	80
5.3	ZUSAMMENFASSUNG DER HANDLUNGSSTRATEGIEN .....	81
<b>6</b>	<b>ZUSAMMENFASSENDE DARSTELLUNG DER BE- ZIEHUNGEN, WIRKUNGSWEISEN UND HAND- LUNGSSTRATEGIEN</b> .....	<b>83</b>
	Anhang .....	85
	Literaturverzeichnis .....	115