

Inhaltsverzeichnis

1	Begriffsbestimmungen, Kennwerte und Statistik.....	14
1.1	Begriffliche Zusammenhänge.....	14
1.1.1	Vorbemerkungen.....	14
1.1.2	Das Begriffssystem Tourismus und Tourismuswirtschaft.....	15
1.1.3	Klassifizierung des Reiseverkehrs.....	20
1.2	Erholungstourismus.....	26
1.2.1	Marktsegmente, Arten und Formen.....	26
1.2.2	Auslösende Faktoren für Ortsveränderungen.....	29
1.2.3	Phasenschema des Reisens.....	30
	(1) Reiseplanungs- und Reisevorbereitungsphase.....	31
	(2) Reisedurchführungsphase.....	35
	(3) Reisenachbetrachtungsphase.....	37
1.2.4	Das touristische Produkt.....	39
1.3	Statistische Kennwerte sowie ihre Interpretation und Methoden ihrer Erfassung.....	42
1.3.1	Informationen zur Reisenachfrage.....	42
1.3.2	Kennzeichnung der Tourismusedwicklung und -struktur anhand der Beherbergungsstatistik.....	43
	(1) Grundlegendes über die Beherbergungsstatistik.....	43
	(2) Entwicklungs- und Situationsbeschreibungen des Übernachtungsverkehrs.....	45
	• Nachfragesituation.....	45
	• Beherbergungskapazität.....	47
	• Allgemeine Strukturdaten.....	48
	• Entwicklungsbeurteilung des Beherbergungsangebots im Spiegelbild der Übernachtungsentwicklung.....	50
2	Entwicklung des Tourismus.....	52
2.1	Entwicklung der Rahmenbedingungen.....	52
2.1.1	Bedürfnisse/Motive und gesellschaftliche Einflüsse.....	52
	(1) Bedürfnissituation.....	52
	(2) Gesellschaftliche Einflüsse.....	54
	(3) Einkommen, Freizeit und Mobilität.....	57
2.2	Entwicklung des Reisens.....	58
2.2.1	Historische Entwicklungsphasen.....	59
	(1) Reisen im Altertum.....	59
	(2) Reisen im Mittelalter.....	60
	(3) Reisen in der Neuzeit.....	62
2.2.2	Tourismus in der Gegenwart.....	65
2.3	Trends im Tourismus.....	72
2.3.1	Touristische Nachfrage.....	72
2.3.2	Touristisches Angebot.....	77

3	Geographie des Tourismus.....	80
3.1	Tourismus in der Geographie	80
3.2	Räumliche Zusammenhänge und Lagebeziehungen im Blickfeld des Tourismus.....	80
3.2.1	Die geographische Lage von Reisezielen im Gradnetz der Erde.....	80
3.2.2	Der Einfluss der Erdumlaufbahn auf die Jahreszeiten der Reiseziele.....	82
3.2.3	Bestimmungsfaktoren des Klimas	83
	(1) Lufttemperatur	83
	(2) Luftdruck und Wind	83
	(3) Luftfeuchtigkeit und Niederschläge	85
3.2.4	Die klimatische und landschaftliche Gliederung der Erde.....	86
	(1) Die ganzjährig warmen Klimate der Tropen	87
	(2) Die Höhenstufen der Tropen.....	88
	(3) Die subtropischen Klimate.....	89
	(4) Die gemäßigten Klimate.....	89
	(5) Arktische Klimate.....	90
3.3	Grundlagen der Kartographie.....	91
3.4	Das landschaftsbezogene touristische Attraktivitätspotenzial einer Destination	92
3.4.1	Naturraumpotenzial.....	94
3.4.2	Kulturrumpotenzial	97
3.4.3	Touristisch bedingte Infrastruktur	98
3.4.4	Allgemeine Infrastruktur.....	100
3.5	Touristische Destinationen	101
3.5.1	Arten von touristischen Orten.....	102
	(1) Tourismusorte im engeren Sinne	102
	(2) Tourismusorte im weiteren Sinne	103
	(3) Die staatliche Anerkennung als Kur- oder Erholungsort in Deutschland	103
3.5.2	Touristische Region	106
3.5.3	Räumliche Verteilung der Zentren und Entwicklungsgebiete des Tourismus.....	107
4	Soziologie und Psychologie des Tourismus.....	113
4.1	Soziologie des Tourismus.....	113
4.1.1	Der soziologische Wandel der Marktsituation im Tourismus.....	113
4.1.2	Marktanalyse, Marktsegmentierung.....	113
4.1.3	Kriterien der Zielgruppendefinition	114
	(1) Sozio-demographische Merkmale.....	114
	(2) Psychographische Merkmale.....	115
	(3) Verhaltensbezogene Merkmale	118
4.1.4	Typisierung der touristischen Nachfrage.....	118
4.2	Psychologie des Tourismus.....	123
4.2.1	Individuelle Grundlagen des Reiseentscheidungsprozesses.....	123
	(1) Aktivierende Determinanten der Reiseentscheidung.....	125
	(2) Kognitive Determinanten der Reiseentscheidung	126
4.2.2	Verhaltensvorgänge zur Reiseentscheidung	127

5	Kulturelle, wirtschaftliche und ökologische Aspekte des Tourismus	130
5.1	Kulturelle und soziale Aspekte im Blickfeld des Tourismus	130
5.1.1	Tourismus als interkulturelle Erfahrung.....	130
5.1.2	Wechselwirkungen zwischen Kultur und Tourismus	131
5.1.3	Sozio-kulturelle Wandelercheinungen durch den Tourismus.....	132
5.2	Wirtschaftliche Aspekte des Tourismus.....	134
5.2.1	Der Tourismus in seiner gesamtwirtschaftlichen Bedeutung	134
5.2.2	Wirtschaftliche Effekte des Tourismus	135
	(1) Die Ausgleichsfunktion des Tourismus	135
	(2) Die Wertschöpfung als Bewertungsfaktor	136
	(3) Der Beschäftigungseffekt.....	139
	(4) Die außenwirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus.....	140
5.2.3	Abhängigkeiten/Verflechtungen.....	140
5.3	Ökologische Aspekte.....	141
5.3.1	Ökologische Wirkungen – Tourismus als Verursacher und Betroffener	141
5.3.2	Nachhaltigkeit im Tourismus	143
5.3.3	Chancen einer nachhaltigen Tourismuspolitik (Lösungsansätze)..	146
6	Marktstrukturen im Tourismus	148
6.1	Der Begriff »Markt« und Marktformen.....	148
6.2	Die Leistungsträgerschaft im Tourismus	151
6.2.1	Reiseveranstaltergewerbe.....	151
	(1) Funktion und Rechtsposition des Reiseveranstalters.....	151
	(2) Der Marktauftritt der großen Reiseveranstalter	151
	(3) Marktanteile der Reiseveranstalter in der BRD.....	152
6.2.2	Reisebürogewerbe	154
	(1) Funktion und Rechtsposition des Reisebüros	154
	(2) Reisebürotätigkeit, Reisebüro-Betriebsarten	155
	(3) Die Marktsituation im Reisebürogewerbe	156
6.2.3	Gastgewerbliche Betriebe.....	159
	(1) Beherbergungsstätten und gastronomische Betriebe im Überblick.....	159
	(2) Hotelklassifizierung	162
	• Internationale Hotelklassifizierung.....	162
	• Deutsche Hotelklassifizierung.....	164
	(3) Beherbergungsbetriebe im Verbund.....	165
	• Hotelkette und Hotelkooperation	165
	• Vorteile für den angeschlossenen Betrieb in einem Hotelverbund	166
	(4) Die Marktsituation in der Hotellerie.....	167
6.2.4	Kurbetriebe	171
	(1) Die Auswirkungen der Gesundheitsstrukturreform.....	171
	(2) Neupositionierung im Kur- und Gesundheitsbereich.....	172
6.2.5	Luftverkehrsmarkt	173

7	Tourismuspolitik.....	176
7.1	Internationale Tourismuspolitik.....	176
7.2	Nationale tourismuspolitische Interessenvertretungen.....	179
7.2.1	Tourismusverbände und Tourismusorganisationen im Inlandstourismus.....	179
(1)	Regionale Tourismusverbände.....	180
(2)	Landestourismusverbände.....	181
(3)	Tourismusverbände auf Bundesebene.....	182
	• Deutscher Tourismusverband e.V.....	182
	• Deutscher Heilbäderverband e. V.....	184
	• Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.....	184
7.2.2	Gewerbepolitische Interessenvertretungen.....	186
	• Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V.....	186
	• Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e. V.....	187
	• Bundesverband der Deutschen Tourismus- wirtschaft e. V.....	188
7.3	Die Organisation der Tourismusförderung.....	189
7.3.1	Der Organisationsverbund zwischen Tourismusort und Tourismusregion.....	189
7.3.2	Der Organisationsvollzug der Tourismusförderung im Blickfeld der Trägerschaftsform.....	196
(1)	Organisationspolitische Bestimmungsfaktoren.....	196
(2)	Kommunale Wirtschaftsbetriebe in der Tourismusförderung	198
	• Fremdenverkehrsamt.....	198
	• Kurverwaltung/= Eigenbetrieb.....	199
	• Tourismus GmbH.....	200
(3)	Organisationsformen zur privatrechtlichen Einbindung der touristischen Leistungsträgerschaft.....	204
	• Tourismus GmbH mit privater Kapitalbeteiligung.....	204
	• Fremdenverkehrsverein (e. V.).....	205
(4)	Abschließende Bewertungen.....	208

Anhang	211
Gesamtüberblick über die gängigen tourismusbezogenen Informationsquellen	212
Analyse des bioklimatischen Umweltniveaus.....	213
Literaturverzeichnis.....	215
Stichwortverzeichnis.....	219