

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	6
Tabellenverzeichnis	9
Kartenverzeichnis	9
Abkürzungsverzeichnis	10
1 EINFÜHRUNG	11
1.1 Forschungshintergrund, Problemstellung und Zielsetzung	11
1.2 Aufbau der Arbeit	18
2 AKTUELLE GESELLSCHAFTLICHE UND TOURISTISCHE ENTWICKLUNGEN IN DEUTSCHLAND	19
3 ZUR ENTSTEHUNG VON FERIENGROSSPROJEKTEN	25
3.1 Definitionen und ihre Problematik	25
3.1.1 Feriengrossprojekte: Touristische Grossprojekte, Ferien- und Erlebniswelten	25
3.1.2 Freizeitgrossprojekte: Freizeit- und Vergnügungsparks/Erlebnisparks	31
3.2 Die Entwicklungsgeschichte der Feriengrossprojekte in Europa und in Deutschland	34
3.2.1 Vorläuferstadium bis 1968	36
3.2.2 Boomphase von 1969 bis 1973	38
3.2.3 Folgestadium von 1974 bis 1989	41
3.2.4 Erneuerungsphase der 1990er Jahre	42
3.3 Betriebskonzepte	47
3.3.1 Innenorientiertes bzw. geschlossenes Betriebskonzept	48
3.3.2 Außenorientiertes bzw. offenes Betriebskonzept	52
3.3.3 Halboffenes Betriebskonzept	53
3.4 Aktuelle Entwicklungen auf dem deutschen Markt	55
4 DIE ENTWICKLUNG KÜNSTLICHER FERIEWELTEN – EINE HISTORISCHE UND GEGENWARTSBEZOGENE BETRACHTUNG	59
4.1 Begriffsbestimmungen	59
4.1.1 Raum	59
4.1.2 Landschaft	63
4.1.3 Natur – Natürlichkeit – Künstlichkeit	65
4.1.4 Paradies als imaginäre Landschaft	69
4.2 Historische Bezüge zu Landschaftsmalerei und Landschaftsgärten	71

4.2.1	Landschaften des 18. und 19. Jahrhunderts in der Malerei.....	72
4.2.2	Englische Landschaftsgärten.....	74
4.2.3	Französische Landschaftsgärten.....	77
4.2.4	Deutsche Landschaftsgärten.....	80
4.2.5	Die ‚künstlichen Paradiese‘ des 19. Jahrhunderts.....	85
4.2.6	‚Künstliche Landschaften‘, ‚Künstliche Paradiese‘, ‚Künstliche Welten‘ der Gegenwart.....	88
4.3	Natürlichkeit und Künstlichkeit – Ein Widerspruch?.....	96
4.4	Zusammenfassung und abschließende kritische Würdigung.....	102
5	AUSWAHL DER UNTERSUCHUNGSOBJEKTE	104
5.1	Center Parcs Bispinger Heide	108
5.1.1	Unternehmensprofil und Kennzahlen des Ferienparks.....	108
5.1.2	Konzeptionelle Idee und Angebotsstruktur.....	110
5.1.3	Architektonische Gestaltung.....	111
5.2	Gran Dorado Park Heilbachsee	116
5.2.1	Unternehmensprofil und Kennzahlen des Ferienparks.....	116
5.2.2	Konzeptionelle Idee und Angebotsstruktur.....	116
5.2.3	Architektonische Gestaltung.....	117
5.3	Hunsrück Ferienpark Hambachtal	122
5.3.1	Unternehmensprofil und Kennzahlen des Ferienparks.....	122
5.3.2	Konzeptionelle Idee und Angebotsstruktur.....	122
5.3.3	Architektonische Gestaltung.....	123
5.4	Ferienpark Damp	127
5.4.1	Unternehmensprofil und Kennzahlen des Ferienparks.....	127
5.4.2	Konzeptionelle Idee und Angebotsstruktur.....	127
5.4.3	Architektonische Gestaltung.....	129
6	EMPIRISCHE ERGEBNISSE ZUR MOTIVATIONSSTRUKTUR DER GÄSTE SOWIE ZUR BEWERTUNG UND WAHRNEHMUNG AUSGEWÄHLTER FERIENPARKS	133
6.1	Erhebungsdesign und Methodik der Untersuchung	133
6.2	Soziodemographische Merkmale der befragten Gäste	135
6.2.1	Altersstruktur und Reisebegleitung.....	136
6.2.2	Schulabschluss.....	137
6.2.3	Durchschnittliches monatliches Haushaltsnettoeinkommen.....	138
6.2.4	Herkunft und Verkehrsmittelwahl.....	139
6.3	Häufigkeit der Besuche, Aufenthaltsdauer und Reisezielentscheidung	147
6.3.1	Erst- und Wiederholungsbesucher.....	147
6.3.2	Häufigkeit der Besuche in anderen Ferienparks.....	148

6.3.3	Aufenthaltsdauer	151
6.3.4	Anzahl der Ersturlaube.....	152
6.3.5	Haupturlaub, Kurz-, Zweit- oder Drittreise.....	153
6.3.6	Reisezielentscheidung	153
6.4	Reisemotive.....	155
6.4.1	Reisemotive im Vergleich zur Reiseanalyse 2000	156
6.4.2	Weitere Motive.....	164
6.5	Die wesentlichen Bestandteile eines Ferienparks aus Sicht der Gäste.....	167
6.6	Die Wahrnehmung von „Landschaft“	170
6.6.1	Die Wirkung von Landschaftselementen	172
6.6.1.1	<i>Die Wirkung von Farben.....</i>	<i>172</i>
6.6.1.2	<i>Die Wirkung von Lärm, Ruhe und Stille.....</i>	<i>173</i>
6.6.1.3	<i>Die Wirkung von Formen und Maßen.....</i>	<i>173</i>
6.6.1.4	<i>Die Wirkung des Klimas.....</i>	<i>174</i>
6.6.1.5	<i>Die Wirkung von Landschaftsbild und Landschaftscharakter</i>	<i>174</i>
6.6.1.6	<i>Der Erholungswert von Natur und Landschaft</i>	<i>176</i>
6.6.2	Die Wahrnehmung von “Landschaften” durch die Ferienparkgäste.....	176
6.6.2.1	<i>Assoziationen zur “künstlichen Badelandschaft”.....</i>	<i>182</i>
6.6.2.2	<i>Assoziationen zur „Strandlandschaft auf Mallorca”</i>	<i>189</i>
6.6.2.3	<i>Assoziationen zum „Ferienwohnpark Silbersee im Kurhessischen Bergland”</i>	<i>194</i>
6.6.3	Wahrnehmung und Bewertung der Außenanlage und Badelandschaft der Ferienparks	202
6.7	Bewertung der Ferienparks in der Gründungsphase	217
6.8	Die Rolle des Raumbezugs unter Betrachtung der geographischen Lage der Ferienparks	222
6.8.1	Die geographische Lage der Ferienparks	223
6.8.2	Die Rolle des Raumbezugs der Ferienparks aus Sicht der Ferienparkgäste	225
6.9	Ferienparks als Ersatz für andere Reiseziele.....	227
6.10	Vermissen die Ferienpark-Gäste etwas im Bezug auf Reiseziele wie das Mittelmeer oder die Karibik?.....	230
7	ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSBETRACHTUNG	234
	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	240
	ANHANG	