

Inhaltsübersicht

1	Definition und Erfassung des Tourismus	1
2	Entwicklungsfaktoren privaten Reiseverhaltens	35
3	Reisemotivation	107
4	Reiseentscheidung	141
5	Verhalten auf Reisen und Reiseerleben	165
6	Anbieter im Tourismus	253
7	Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	425
8	Tourismuspolitik	477
9	Tourismusberufe: Bildung, Ausbildung, Weiterbildung	535
	Literatur	567
	Personenregister	611
	Sachregister	625

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
1 Definition und Erfassung des Tourismus	1
1.1 ‚Tourist‘ – Definition und Abgrenzung	4
1.2 Der ‚Tourist‘ in der Alltagssprache	7
1.3 Urlaubsreisen	9
1.4 Die Erfassung des Tourismus	10
1.4.1 Tourismusstatistik	11
1.4.2 Bevölkerungsrepräsentative Untersuchungen.....	18
1.4.3 Europäische Tourismusstatistik.....	23
1.4.4 Erhebung über die Ausgaben und Einnahmen im internationalen Reiseverkehr	25
1.5 Touristische Kennwerte	26
1.6 Die Erfassung von Urlaubsreisearten	28
1.6.1 Veranstalterreisen	29
1.6.2 Weitere Differenzierung der Urlaubsreisearten	31
2 Entwicklungsfaktoren privaten Reiseverhaltens	35
2.1 Der Aufstieg von der Arbeits- zur multioptionalen Freizeit- und Erlebnisgesellschaft	36
2.2 Die Entwicklung des privaten Reiseverhaltens	44
2.2.1 Reiseziele.....	47
2.2.2 Reiseorganisationsform.....	49
2.2.3 Reiseverkehrsmittel	51
2.2.4 Beherbergung	57
2.3 Soziale Differenzierung und die Ungleichheit der privaten Reisechancen.....	59
2.3.1 Einkommen	59
2.3.2 Formale Bildung	60
2.3.3 Stellung im Beruf	62
2.3.4 Regionale Herkunft	64
2.3.5 Alter und Familienzyklus.....	65
2.3.6 Veränderungen der Lebensverläufe.....	73
2.3.7 Lebensstile	78
2.4 Reisesozialisation.....	83

2.5	Zeitgeschichtlicher Exkurs: Reisen in der DDR.....	90
2.6	Perspektiven für den Reisemarkt	100
3	Reisemotivation	107
3.1	Beruflich bedingte Reisen	113
3.2	Private Reisen und Urlaubsreisen	115
3.2.1	Übergreifende Motivationsansätze	116
3.2.2	Spezielle Motivationsansätze	133
4	Reiseentscheidung	141
4.1	Beruflich bedingte Reisen	141
4.2	Private Reisen und Urlaubsreisen	143
4.2.1	Das Phasenmodell der Reisezielentscheidung.....	154
4.2.2	Der Persönlichkeitsansatz der Reisezielentscheidung.....	156
4.2.3	Das Prestige-Modell der Reisezielentscheidung.....	158
4.2.4	Das „Erwartung mal Wert“-Modell der Reisezielentscheidung	159
4.2.5	Typologie der Entscheider.....	161
5	Verhalten auf Reisen und Reiseerleben	165
5.1	Erleben anderer Zeitstrukturen	168
5.2	Der touristische Blick	171
5.3	Reiseführer in Buchform.....	174
5.4	Fotographien und Fotografieren	180
5.5	Arrangements und Inszenierungen für den touristischen Blick	187
5.6	Reisearrangements und touristische Erfahrung	191
5.6.1	Verkehrsmittel.....	192
5.6.2	Professionelle Hilfe.....	194
5.6.3	Reisebegleitung.....	195
5.6.4	Entfernung.....	200
5.7	Der touristische Handlungs- und Erfahrungsraum	203
5.7.1	Strand	204
5.7.2	Camping.....	210
5.8	Fremde und Gäste.....	213
5.9	Typologien von Touristen und Reisen.....	218
5.9.1	Typen nach ihrer Anpassung an örtliche Normen.....	219
5.9.2	Typen von ‚Reisestilen‘	220
5.10	Exkurs I: Alternativ- und Aussteiger-Touristen	221
5.11	Exkurs II: Sextouristen	231
5.12	Exkurs III: Liegestuhltouristen.....	238

5.13	Die Dynamik der Beziehungen zwischen Touristen und Einheimischen	241
5.14	Der ‚eindimensionale Tourist‘ der Tourismuskritik	244
5.15	Reisen als ‚darstellende Kunst‘	248
6	Anbieter im Tourismus	253
6.1	Verkehrsträger	253
6.1.1	Eisenbahnunternehmen	253
6.1.2	Fluggesellschaften	257
6.1.3	Mietwagenunternehmen (Autovermieter)	313
6.1.4	Omnibusunternehmen	315
6.1.5	Reedereien	321
6.2	Destinationen	327
6.2.1	Tourismusorte	330
6.2.2	Touristische Attraktionen	336
6.2.3	Destinationsmarken	360
6.3	Beherbergung und Gastronomie	369
6.3.1	Beherbergungsbetriebe	370
6.3.2	Restaurationsbetriebe	374
6.4	Reiseveranstalter	377
6.4.1	Vertrieb	383
6.4.2	Ertragssteuerung (<i>yield- oder revenue management</i>)	385
6.5	Reisebüros	388
6.5.1	Stationäre Reisebüros	389
6.5.2	Nicht stationäre Reisevermittler	399
6.5.3	Kennzahlen im Reisebüro	400
6.5.4	Konzentrationsprozesse im Reisebürogeschäft	402
6.5.5	Ticket-Großhändler: Consolidators	406
6.5.6	Die Zukunft des Reisebüros	407
6.6	Vertikale Integration	409
6.7	Reservierungssysteme	416
6.8	Veränderungen der Vertriebswege	422
7	Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	425
7.1	Ansätze zur Messung	428
7.1.1	Messung der touristischen Ausgaben (Nachfragemethode)	429
7.1.2	Messung der touristischen Einnahmen (Angebotsmethode)	430
7.1.3	Die Messung der Beschäftigungswirkung	435
7.2	Modelle zur Bestimmung der ökonomischen Wirkungszusammenhänge	438
7.2.1	Multiplikatormodell	439
7.2.2	Brutto- und Nettoeffekte	442
7.2.3	Wertschöpfungsmodell	448

7.2.4	Input-Output Modell.....	450
7.2.5	Dynamisches multisektorales Modell (<i>CGE model</i>)	455
7.2.6	Tourismus-Satellitenkonto im Rahmen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.....	457
7.3	Empirische Studien.....	461
7.3.1	Die Wertschöpfung des Tourismus in Deutschland	461
7.3.2	Regionale Wertschöpfung des Tourismus: der Kanton Bern.....	463
7.3.3	Interdependenzen mit anderen Wirtschaftsbereichen: Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Australien	468
7.3.4	Beschäftigungseffekte.....	473
8	Tourismuspolitik	477
8.1	Was ist Tourismuspolitik?	480
8.2	Staat und Tourismus	483
8.3	Verbände.....	491
8.4	Politische Entscheidungsgremien und Administrationen.....	499
8.4.1	Die Europäische Union	499
8.4.2	Die Bundesrepublik Deutschland.....	504
8.5	Barrierefreier Tourismus.....	514
8.6	Tourismus und Umwelt.....	518
8.6.1	Probleme und Instrumente der Umweltpolitik	519
8.6.2	Nachhaltigkeit und Tourismus	529
9	Tourismusberufe: Bildung, Ausbildung, Weiterbildung	535
9.1	Ausbildungsberufe im Tourismus.....	536
9.2	Hochschulausbildung	539
9.3	Bildung und Ausbildung.....	544
9.4	Angebot und Nachfrage auf dem touristischen Arbeitsmarkt	560
	Literatur	567
	Personenregister	611
	Sachregister	625