

Inhalt

Vorwort zur zweiten, komplett überarbeiteten und erweiterten Auflage.....	IX
Vorwort zur ersten Auflage.....	XI
Abbildungs-, Tabellen- und Kastenverzeichnis.....	XIII
Glossar tourismusökonomischer Fachausdrücke.....	XVII
Glossar tradierter touristischer Attraktoren	XXI
Einleitung: Tourismusökonomie und nachhaltiger Tourismus	1
1 Modul ‚Der Schauplatz‘: die touristische Destination als ‚kleine Volkswirtschaft‘	5
1.1 Einführung.....	6
1.2 Destinationstypen.....	7
1.3 Die ‚klassische‘ Destination.....	9
1.3.1 Charakteristika	9
1.3.2 Keine Hierarchie	10
1.3.3 Volkswirtschaftliche Marktkoordination.....	10
1.3.4 Externalitäten	12
1.3.5 Destinations-Politik und -Planung.....	16
1.3.6 Exkurs: Was Quantenphysik und Chaostheorie mit Destinationen zu tun haben! ...	17
1.4 Die ‚Neue‘ Destination.....	18
1.4.1 Charakteristika	18
1.4.2 ‚Integrierte‘ Destinationen, Clubanlagen und Eventparks.....	19
1.4.3 Mega-Masterplan-Destinationen	20
1.5 Die touristische Wertschöpfung der Destination.....	21
1.6 Zusammenfassung.....	23
2 Modul ‚Die Handlung‘: touristische Angebotstheorie mit Attraktoren, Erbe und Infrastruktur	25
2.1 Einführung.....	26
2.2 Touristisches Produkt und Attraktoren.....	26
2.2.1 Touristisches Produkt.....	26
2.2.2 Touristischer Attraktor	28
2.3 Produktionsfaktoren	31
2.3.1 Klassische Produktionsfaktoren	31
2.3.2 Touristische Produktionsfaktoren.....	33
2.4 Produzierbare Elemente des touristischen Produkts.....	36

2.5	Tradierte touristische Attraktoren	38
2.5.1	Touristische Produktionsfaktoren und Attraktoren-Typen.....	38
2.5.2	Optimale Erschließung und Ressourcenökonomie.....	40
2.5.3	Öffentliche und Allmende-Güter	45
2.5.4	Das touristische Erbe und die UNESCO.....	47
2.5.5	Entstehen und Vergehen	48
2.5.6	Konsequenzen im Umgang mit tradierten Attraktoren	52
2.6	Schlussfolgerungen für zukünftige Tourismusangebote	55
Anhang		59
A1: Methoden der Bewertung tradierter touristischer Attraktoren.....		59
3	Modul ‚Die Besucher‘: die ‚schönste Zeit des Jahres‘ nachfragetheoretisch betrachtet	63
3.1	Einführung	64
3.2	Nachfragetheoretische Grundsatzentscheidung	64
3.2.1	Nachfragedeterminanten	64
3.2.2	Grundsatzentscheidung Arbeit, Urlaub oder Konsum.....	65
3.2.3	Grundsatzentscheidung bei expliziten Urlaubskosten.....	68
3.2.4	Kurzfristige Konsum-Freizeit-Entscheidung	69
3.3	Die Nachfrage nach Urlaubsvarianten	72
3.4	Nachfrage nach Urlaubsqualität	73
3.5	Gesamtwirtschaftliche Nachfrage	76
3.6	Nachfrage nach Geschäftsreisen	79
3.7	Zusammenfassung und Ausblick	83
Anhang		85
A1: Datenänderungen zum Abschnitt 3.4		85
4	Modul ‚Das Drama‘: Gefährdung der touristischen Allmende-Attraktoren	87
4.1	Einführung	88
4.2	Allgemein- und Allmendegüter.....	89
4.2.1	Begriffsklärung	89
4.2.2	Theoretischer Hintergrund der Allmende-problematik	91
4.3	Allmendegüter im Tourismus – Ursachen und Probleme	103
4.3.1	Überblick.....	103
4.3.2	(Über-) Nutzung touristischer Attraktoren.....	103
4.3.3	Fehlallokation der touristischen Arbeitskräfte, Ökonomie der Straße oder können Touristen selber zur Allmende werden?.....	122
4.3.4	Hinweis auf sonstige externe Effekte im Tourismus.....	125
4.3.5	Allmendegüter im Zusammenhang mit der Initial-Nistung	126

4.4	Allmendegüter im Tourismus – Lösungsansätze.....	126
4.4.1	Grundsätzliches	126
4.4.2	Die Privatisierung touristischer Attraktoren.....	128
4.4.3	Andere Lösungsansätze.....	133
4.5	Plädoyer für ‚effiziente Ineffizienz‘ und ‚Reanimation der Allmende‘	139
5	Modul ‚Die Hybris‘: Regionalökonomie und die Entwicklung der Destinationen	143
5.1	Einführung.....	144
5.2	Regionalökonomisch relevante Fragen der Destinationsentwicklung	144
5.2.1	Zwei grundlegende Problemstellungen	144
5.2.2	Regionalökonomischen Grundthemen: Bodenpreise und Zentrum-Peripherie-Aufteilung	145
5.2.3	Transportkosten, Pull- und Push-Faktoren und katalytische Prozesse im Zentrum der Destinationsentwicklung	149
5.3	Peripherisierungs-Tendenzen	150
5.3.1	Sinkende Transportkosten	150
5.3.2	Idealtypisches Standortmodell.....	151
5.4	Konzentrationstendenzen	152
5.4.1	Attraktorenbedingte Anziehungskräfte.....	152
5.4.2	Marktbedingte Anziehungskräfte	153
5.4.3	Transportkostenbedingte Konzentration.....	155
5.4.4	Maximierung von Absatzgebieten.....	156
5.4.5	Standorte der Zentren oder Cluster.....	158
5.5	Zwischenresümee: Standortsysteme und Destinationen.....	163
5.5.1	Christallers und Krugmans Ansatz im Vergleich	163
5.5.2	Standortsysteme in Destinationen	165
5.5.3	Standortsysteme von Destinationen	166
5.5.4	Planetenmuster der Destinationen	168
5.6	Entstehungs- und Entwicklungsprozess von Destinationen	169
5.6.1	Kolonialer und innovativer Typus.....	169
5.6.2	Initial-Nistung	171
5.6.3	Hyperzyklen	173
5.6.4	Ausdehnung und Weiterwanderung von Destinationen	180
5.6.5	Entwicklungsblockaden von Destinationen.....	191
5.6.6	Kurzcharakteristik und Entwicklung von Business-Destinationen.....	195
5.6.7	Die Grenzen des touristischen Wachstums	196
5.7	Regionalökonomische Destinationspolitik – einige Schlussfolgerungen	200

6	Modul ‚Das Paradoxon‘: Außenwirtschaftstheorie und internationaler Tourismus	203
6.1	Einführung	204
6.2	Erklärung des internationalen Tourismus durch die Außenhandelstheorie	205
6.2.1	Nicht-Verfügbarkeit als Erklärungsansatz	206
6.2.2	Preisdifferenzen als Erklärungsansatz.....	207
6.2.3	Produktdifferenzierung als Erklärungsansatz.....	215
6.2.4	Das Wachstum des internationalen Tourismus	216
6.3	Weitere touristische Aspekte der realen Theorie.....	217
6.4	Monetäre Außenwirtschaftstheorie und Tourismus	219
6.4.1	Zahlungsbilanz, Wechselkurs und Tourismus.....	219
6.4.2	Die Europäische Währungsunion und Tourismus	228
6.5	Zusammenfassung.....	236
	Anhang	237
	A1: Auf- und Abwertungssätze	237
	Literaturhinweise.....	239
	Stichwortverzeichnis.....	249