

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	7
Abbildungsverzeichnis.....	12
Abkürzungsverzeichnis	17
1. Einführung – eine handlungsorientierte Grundlage für Theorie und Praxis. 19	
1.1. Ziel und Inhalt des Buches	19
1.2. Aufbau des Buches.....	24
1.3. Wissenschaftliche Methoden der Tourismusforschung und des Tourismusmanagements	25
2. Das Phänomen Tourismus.....	33
2.1. Definition und Abgrenzung des Phänomens Tourismus	33
2.1.1. Angebotsseitige und nachfrageseitige Definitionen	33
2.1.2. Tourismusbegriff	35
2.1.3. Daten zum Phänomen Tourismus.....	38
2.2. Tourismus als Wissenschaft	44
2.3. Historische Entwicklung des Tourismus	47
2.4. Forschungsfall: Tourismus-Satellitenkonto – Impact Messung am Beispiel Österreich (E. Smeral).....	52
2.4.1. TSA – Einführender Überblick.....	52
2.4.2. Konzept	52
2.4.3. Ökonomische Implikationen des Tourismus- Satellitenkontos	53
2.4.4. Definition der Tourismusnachfrage	54
2.4.5. Der Zusammenhang zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten	59
2.4.6. Ergebnisse	60
2.4.7. Repetitionsfragen.....	66
3. Tourismus als System.....	67
3.1. Grundkonfiguration eines Tourismussystems	67
3.2. Dynamik in einem Tourismussystem.....	69
3.3. Grundlagen der neueren Systemtheorie	74
3.3.1. Komplexitätsbewältigung in Systemen.....	78

3.3.2. Lebensfähigkeit von Systemen.....	80
3.4. Tourismus als selbstreferentielles System.....	83
3.4.1. Grundkonfiguration.....	83
3.4.2. Die dynamische Aktivität	85
3.5. Ansätze für die Gestaltung des Wandels von Tourismussystemen	88
3.6. Forschungsfall: Analyse der Triebkräfte des Wandels im Wintersport-Geschäft (Th. Bieger).....	92
3.6.1. Fall	92
3.6.2. Repetitionsfragen.....	94
4. Teilsystem Nachfrage	95
4.1. Definition und Strukturierung der touristischen Nachfrage.....	95
4.2. Nachfragesystem	97
4.3. Der Reiseentscheidungsprozess	101
4.4. Erfassung der Nachfrage.....	112
4.4.1. Tourismusstatistiken.....	112
4.4.2. Wettbewerbsanalyse als Erklärung für die Entwicklung von Tourismusströmen	116
4.4.3. Marktforschung im Tourismus	119
4.5. Transformation der Nachfrage – quantitative und qualitative Trends.....	121
4.6. Marktsegmentierung	125
4.7. Forschungsfall: Tourismusmasterplan Kärnten (M. Fontanari & B. Hallerbach).....	127
4.7.1. Einleitung.....	127
4.7.2. Touristische Ausgangssituation.....	129
4.7.3. Zielgruppen	132
4.7.4. Themenmarketing	135
4.7.5. Kärntens Marktpositionierung.....	137
4.7.6. Touristische Ankerpunkte	138
4.7.7. Repetitionsfragen.....	139
5. Teilsystem Destination	141
5.1. Destination als Wettbewerbseinheit im Tourismus	141
5.2. Grundkonfiguration des Systems Destination.....	151
5.3. Destinationen als virtuelle Unternehmen – Geschäftsmodelle für Destinationen	155
5.3.1. Fallbeispiel zentral geführter Ort: Intrawest-Whistler.....	159
5.3.2. Fallstudie Disentis: Dezentral geführter Ort.....	160

5.3.3.	Koordinationsmodelle von Destinationen.....	164
5.3.4.	Kooperative Tourismusorganisationen.....	168
5.3.5.	Transformation von Destinationen	171
5.4.	Planungskonzepte auf Destinationsebene	174
5.5.	Angebotelemente im Destinationsnetzwerk.....	181
5.5.1.	Beherbergungsbetriebe.....	181
5.5.2.	Beschäftigungsbetriebe/Unterhaltungsbetriebe.....	186
5.5.3.	Natur, Kultur und lokale Wirtschaft als Co- Produzenten	187
5.6.	Forschungsfall: Innovative Positionierungsstrategien für die Stadt Überlingen - Strategische Positionierung und Wettbewerbsanalyse einer Destination (H. Gräf).....	189
5.6.1.	Der Bodensee als Reiseziel.....	189
5.6.2.	Entwicklung der Stadt Überlingen.....	189
5.6.3.	Ziele der Stadt Überlingen.....	190
5.6.4.	Neue Positionierung der Stadt Überlingen.....	191
5.6.5.	Geografischer Fokus.....	193
5.6.6.	Generelle Erkenntnisse	193
5.6.7.	Repetitionsfragen.....	193
6.	Teilsystem Reisemittlung.....	195
6.1.	Definition und Funktionen	195
6.2.	Grundkonfiguration des Systems Reisemittlung	198
6.3.	Transformation des Systems Reisemittlung - Mediation und Disintermediation.....	201
6.3.1.	Horizontale und vertikale Integration.....	201
6.3.2.	Eintritt neuer Anbieter.....	204
6.3.3.	Wettbewerb der technologischen Systeme	204
6.4.	Leistungselemente der Reisemittlung	205
6.5.	Forschungsfall: Zukunftsperspektiven für Reisebüros am Fallbeispiel Deutschland - Szenarienstudie (Th. Döring & P. Speyer).....	207
6.5.1.	Die Reisevertriebslandschaft in Deutschland.....	207
6.5.2.	Das Angebot der Thomas Cook AG.....	208
6.5.3.	Die Thomas Cook Bindungspyramide	209
6.5.4.	Fazit und Ausblick	210
6.5.5.	Repetitionsfragen.....	211
7.	Teilsystem Verkehr.....	213
7.1.	Definition und Arten des Verkehrs.....	213

7.2. Verkehrssysteme.....	214
7.3. Leistungselemente der Verkehrssysteme.....	219
7.4. Geschäftsmodelle im Flugverkehr	223
7.5. Forschungsfall: Entscheidungsverhalten von Schweizern bei der Verkehrsmittelwahl im Fernverkehr - Situationsansatz/Kontingenanalyse (Ch. Laesser)	227
7.5.1. Einleitung.....	227
7.5.2. Operationalisierung	228
7.5.3. Resultate	231
7.5.4. Tradeoff Gesamtkosten - Reisezeit	234
7.5.5. Einfluss der Prädisposition auf den situativen Entscheid	235
7.5.6. Resultate der Kontingenanalyse	236
7.6. Gesamtbetrachtung.....	238
7.7. Repetitionsfragen.....	240
8. Das Umfeldsystem	241
8.1. Definition und Abgrenzung.....	241
8.2. Tourismus und gesellschaftliche Umwelt.....	243
8.3. Tourismus und wirtschaftliche Umwelt	250
8.3.1. Intangible Effekte.....	251
8.3.2. Tangible Effekte	255
8.3.3. Berechnung der wirtschaftlichen Effekte	259
8.3.4. Die Rolle des Staates	262
8.4. Tourismus und natürliche Umwelt.....	263
8.5. Forschungsfall: Die Ski-WM in St. Moritz 2003 - Wechselwirkungen am Beispiel eines Megaevents (J. Johnsen).....	273
8.5.1. Ausgangssituation.....	273
8.5.2. Problemstellung (Untersuchung der Nachhaltigkeit: ökologisch, ökonomisch, soziokulturell).....	273
8.5.3. Vorgehen.....	275
8.5.4. Ergebnis.....	277
8.5.5. Repetitionsfragen.....	278
9. Nachhaltigkeit und deren Gestaltung.....	279
9.1. Das Konzept der Nachhaltigkeit	279
9.2. Indikatoren(systeme) der Nachhaltigkeit	285
9.3. Tourismuspolitische Konzepte	289
9.3.1. Zielsetzungen	289

9.3.2. Akteure	292
9.3.3. Instrumente.....	293
9.4. Legitimation und Perspektiven der Tourismuspolitik	294
9.4.1. Legitimation der Tourismuspolitik im Wandel	295
9.4.2. Neuere Legitimationsansätze	299
9.5. Eckwerte einer neuen Tourismuspolitik	301
9.6. Akteure des internationalen Systems	303
9.7. Forschungsfall: Die schweizerische Tourismuspolitik – Möglichkeiten und Grenzen konzeptioneller Tourismuspolitik auf nationaler Ebene (P. Keller)	307
9.7.1. Tourismuspolitik als Querschnittaufgabe	307
9.7.2. Wechselnde tourismuspolitische Paradigmen.....	308
9.7.3. Tourismusförderung unter Bedingungen des unvollkommenen Wettbewerbs.....	309
9.7.4. Neue wachstumsorientierte Tourismuspolitik	311
9.7.5. Repetitionsfragen.....	312
Anhang 1: Eine Auswahl an höheren Fachschulen und Fachhochschulen für Tourismus	313
Anhang 2: Standard international Classification of Tourism Activities (SICTA).....	315
Literaturverzeichnis.....	319
Stichwortverzeichnis	339
Verzeichnis der Autoren	345

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Differenzierung des vorliegenden Buches – Entwicklung der Tourismusforschung.....	23
Abbildung 2:	Aufbau des Buches.....	25
Abbildung 3:	Methoden-Übersicht.....	28
Abbildung 4:	Methodeneinsatz im Tourismus.....	31
Abbildung 5:	Vorgehen bei einer wissenschaftlichen Analyse.....	32
Abbildung 6:	Angebotsseitige Struktur des Tourismus.....	34
Abbildung 7:	Abgrenzung des Begriffes Tourismus.....	37
Abbildung 8:	Erweiterung des ursprünglichen Tourismusbegriffes.....	38
Abbildung 9:	Tourismusdaten der Schweiz, Österreichs und Deutschlands.....	39
Abbildung 10:	Internationaler Tourismus: Ausgaben 2003 (in USD).....	40
Abbildung 11:	Reiseziele der Schweizer Bevölkerung.....	41
Abbildung 12:	Reiseziele der Deutschen Bevölkerung.....	42
Abbildung 13:	Reisemotive der Schweizer Bevölkerung (Mittelwerte).....	43
Abbildung 14:	Urlaubsformen der Deutschen.....	44
Abbildung 15:	Liste der Forschungsarbeiten zu Umfeldbereichen.....	46
Abbildung 16:	Zahlungsströme am Tourismus- und Freizeitmarkt.....	58
Abbildung 17:	Hauptergebnisse des Tourismussatellitenkontos (TSA) für Österreich.....	62
Abbildung 18:	Touristischer Konsum nach Produkten im Jahr 2002.....	63
Abbildung 19:	Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Tourismus und Verkehr in Österreich.....	64
Abbildung 20:	Tourismussystem nach Kaspar.....	68
Abbildung 21:	Beispiel eines vereinfachten Tourismussystemes in seiner Dynamik.....	70
Abbildung 22:	Wirkung einer Gletschererschließung im System.....	71
Abbildung 23:	Die Tourismuswachstumsmaschine.....	72
Abbildung 24:	Ebenen von Netzwerken.....	75
Abbildung 25:	Dimensionen der Dualität von Struktur.....	77
Abbildung 26:	Ungleichgewicht der Varietäten im Management.....	79
Abbildung 27:	Das Modell lebensfähiger Systeme (Viable System Model).....	82
Abbildung 28:	Das System Tourismus (statisch).....	84
Abbildung 29:	Das Teilsystem Destination.....	85
Abbildung 30:	Die dynamische Komponente des Systems Tourismus.....	86
Abbildung 31:	Das dynamische System Tourismus.....	87
Abbildung 32:	Entwicklung der Systemtheorie im Tourismus.....	88
Abbildung 33:	Wettbewerbskräfte im Wintersporttourismus.....	93

Abbildung 34:	Abgrenzung von Freizeit.....	97
Abbildung 35:	Tourismus-Nachfragesystem	98
Abbildung 36:	Bedürfnisgruppen nach Maslow	99
Abbildung 37:	Portfolio der Zufriedenheits- und Unzufriedenheitskriterien für eine Bergbahn.....	100
Abbildung 38:	Allgemeine verhaltenswissenschaftliche Entscheidungsprozesse.....	103
Abbildung 39:	Kaufentscheidungsprozesse bei Urlaubsreisen.....	104
Abbildung 40:	Bedeutung der Informationsquellen in Deutschland.....	106
Abbildung 41:	Bedeutung der Informationsquellen in der Schweiz.....	107
Abbildung 42:	Segmentierung von Reisesituationen auf Basis der Nutzungsintensität von Informationsquellen (Personen 18+).....	109
Abbildung 43:	Zahl der wichtigen oder sehr wichtigen Informationsquellen	112
Abbildung 44:	Kennzahlensysteme.....	113
Abbildung 45:	Einnahmen und Ausgaben im internationalen Tourismus.....	114
Abbildung 46:	Wachstumsraten der internationalen Touristen-Ankünfte.....	115
Abbildung 47:	Entwicklung der Übernachtungen von internationalen Touristen in allen Berherbergungsformen	116
Abbildung 48:	Determinanten der Wettbewerbsfähigkeit.....	117
Abbildung 49:	Verkehrsmittelwahl in der Schweiz	120
Abbildung 50:	Verkehrsmittelwahl in Deutschland	121
Abbildung 51:	Wachstumsprognosen der internationalen Ankünfte nach Regionen in Mio.	122
Abbildung 52:	Industriegesellschaftliches Lebensmodell.....	123
Abbildung 53:	Optimale Segmentierung	126
Abbildung 54:	Gästeankunft in Kärnten 1990 bis 2001.....	129
Abbildung 55:	Übernachtungen und Fremdenverkehrsintensität in Kärnten 2001	130
Abbildung 56:	Zielgruppen in Österreich.....	134
Abbildung 57:	Zielgruppen in Deutschland.....	134
Abbildung 58:	Themen der Zielgruppen – Österreich.....	135
Abbildung 59:	Themen der Zielgruppen – Deutschland	136
Abbildung 60:	Definition einer Destination.....	142
Abbildung 61:	Arten von Attraktionspunkten.....	146
Abbildung 62:	Schätzungsmodell für die Attraktionskraft	147
Abbildung 63:	Destinationsmarken mit unterschiedlichen Reichweiten..	149

Abbildung 64:	Vorarlberg mit Destinationen.....	150
Abbildung 65:	Modell einer optimierten Musterdestination	151
Abbildung 66:	Geplante Projekte oder schon im Bau befindliche Kreuzfahrtschiffe 2005-2007.....	152
Abbildung 67:	Dienstleistungskette am Beispiel Alpintourismus.....	154
Abbildung 68:	Destination als virtuelles Unternehmen	155
Abbildung 69:	Besonderheiten der touristischen Produktion.....	158
Abbildung 70:	Unterschiedliche Geschäftsmodelle von Destinationen	163
Abbildung 71:	Koordinationsmodelle virtueller Unternehmen am Beispiel Tourismus.....	166
Abbildung 72:	Cash-flow in Abhängigkeit des Gesamtumsatzes bei Schweizer Bergbahnen.....	167
Abbildung 73:	Koordinationsmechanismen von Destinationen.....	168
Abbildung 74:	Eine neue Aufgabenteilung im Tourismus	170
Abbildung 75:	Beispiele von Tourismusorganisationen in der Schweiz...	171
Abbildung 76:	Lebenszyklus einer touristischen Destination.....	172
Abbildung 77:	Konvergenz der Systeme.....	173
Abbildung 78:	Beharrungskräfte im Strukturwandel	174
Abbildung 79:	Beispiel für Destinationsplanung und Tourismusplanung	177
Abbildung 80:	Aufbau eines touristischen Leitbilds.....	178
Abbildung 81:	Typisierung von Erarbeitungsprozessen.....	179
Abbildung 82:	Destinationsstrategien im Wandel.....	181
Abbildung 83:	Flexible Besitzformen von Zweitwohnungen	185
Abbildung 84:	Grundsätze des nachhaltigen Tourismus.....	188
Abbildung 85:	Zielhierarchie.....	190
Abbildung 86:	Neu-Positionierung der Stadt Überlingen	192
Abbildung 87:	Finanzierungsstrukturen des Mittlersystems.....	198
Abbildung 88:	Touristische Marktstrukturen im Vergleich	200
Abbildung 89:	Integrations-Beispiele.....	202
Abbildung 90:	Markensystem Tourismus.....	203
Abbildung 91:	Tour Operators Deutschland 1999.....	206
Abbildung 92:	Tour Operators Deutschland 2002.....	206
Abbildung 93:	Die Thomas Cook Bindungspyramide	209
Abbildung 94:	Verkehrsnetze.....	214
Abbildung 95:	Hub-Effekte.....	216
Abbildung 96:	Geschäftsmodelle im Airline Bereich.....	225
Abbildung 97:	Ausschnitt aus Fragebogen 1.....	228
Abbildung 98:	Ausschnitt aus Fragebogen 2.....	229
Abbildung 99:	Fahrplan.....	230

Abbildung 100:	Fahr- und Flugplan.....	231
Abbildung 101:	Vergleich der Kriterienbeurteilung zwischen den Situationen „Bern“ und „Paris“	232
Abbildung 102:	Ergebnisse Bahn.....	234
Abbildung 103:	Ergebnisse für konkurrierende Verkehrsmittel	234
Abbildung 104:	Qualitätskriterien für Transportmittel im Allgemeinen	235
Abbildung 105:	Bedeutung prädispositiver Qualitätskriterien und ihr Einfluss auf den Situationsentscheid	239
Abbildung 106:	Wirkungen des Tourismus auf verschiedene Umweltbereiche im Überblick.....	241
Abbildung 107:	Kultur als Mittel zur Neudefinition der eigenen Identität	243
Abbildung 108:	Wechselwirkungen zwischen „Kulturen“ und touristischen Attraktionen	245
Abbildung 109:	Grundschema der Betroffentypologie	247
Abbildung 110:	Überblick über die Reaktion der Einheimischen auf den Tourismus	248
Abbildung 111:	Wirkungen auf die Bereisten	249
Abbildung 112:	Wirkungsvolle Verstärkungsmechanismen im Tourismus.....	251
Abbildung 113:	Kooperationsformen innerhalb von Clustern am Beispiel der Hotellerie.....	253
Abbildung 114:	Transfermechanismen in Kompetenz-Cluster.....	254
Abbildung 115:	Modell einer regionalen Volkswirtschaft	257
Abbildung 116:	Gesamtunternehmungsleistung, Brutto- und Nettowertschöpfung	258
Abbildung 117:	Zusammenfassung aller wirtschaftlichen Effekte des Tourismus in der Stadt Luzern in einem guten Tourismusjahr (ca. 1 Mio. Logiernächte).....	259
Abbildung 118:	Hauptergebnisse des Tourismussatellitenkontos (TSA) für Österreich.....	260
Abbildung 119:	Grundschema einer Input-Output-Tabelle	261
Abbildung 120:	Wechselwirkungen von Tourismus und Ökologie	264
Abbildung 121:	Belastung der natürlichen Umwelt in Abhängigkeit der Leistungskette im Tourismus	266
Abbildung 122:	Wechselwirkungen und Rückkoppelungen	268
Abbildung 123:	Umweltstrategien von touristischen Unternehmen	269
Abbildung 124:	Wissenschaftliche Wachstumskonzepte im Tourismus	270
Abbildung 125:	Magisches Fünfeck der touristischen Entwicklung.....	271
Abbildung 126:	Konzept „Nachhaltigkeit“	274

Abbildung 127:	Bedingungen einer nachhaltigen Entwicklung	280
Abbildung 128:	Vergleich der Komponenten von verschiedenen Definitionen der Nachhaltigkeit	282
Abbildung 129:	Beispiele für die Messung von Nachhaltigkeit.....	286
Abbildung 130:	Kriterien für die Indikatorenauswahl im Rahmen des Projekts MONET	287
Abbildung 131:	Grundtypen tourismuspolitischer Ziele	292
Abbildung 132:	Tourismuspolitische Akteure	293
Abbildung 133:	Traditionelle Legitimation einer Tourismuspolitik	299
Abbildung 134:	Berührungspunkte des Tourismus mit Politikbereichen ..	300
Abbildung 135:	Tourismuspolitik als Querschnittsaufgabe – staatlicher Beeinflussung der touristischen Entwicklung.....	308
Abbildung 136:	Tourismusförderung des Bundes – Quasi-Unternehmen „Tourismusland Schweiz“	310