

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1. Einleitung	1
1.1. Hinführung zum Thema.....	1
1.2. Fragestellungen.....	2
1.3. Abgrenzung des Themas.....	2
1.4. Aufbau der Arbeit.....	3
2. Einführung in die Stimmungs- und Tourismusforschung	6
2.1. Grundlagen der Stimmungsforschung.....	6
2.1.1. Entstehung des Forschungsbereiches.....	6
2.1.2. Definition und Abgrenzung des Begriffs Stimmung.....	7
2.2. Tourismusbranche und Tourismusforschung.....	9
2.2.1. Entstehung und Entwicklung des Tourismus.....	9
2.2.2. Definition und Abgrenzung des Begriffs Tourismus.....	11
2.2.3. Entwicklung der Tourismusforschung.....	11
2.2.4. Derzeitige Herausforderungen an Reiseveranstalter.....	15
3. Die Bedeutung der Stimmungsforschung für die Tourismusbranche	19
3.1. Der Zusammenhang zwischen Stimmung und Zufriedenheit.....	19
3.2. Der Einfluss der Stimmung auf die Kundenbindung.....	20
3.3. Der Zusammenhang von Stimmung und Kosten.....	21

4. Ursachen, Verläufe und Wirkungen von Stimmungen im Urlaub.....	23
4.1. Die Messung von Stimmung und Stimmungsverläufe	23
4.1.1. Instrumente zur Messung von Stimmung	23
4.1.2. Methoden zur Messung von Stimmungsverläufe.....	26
4.2. Erkenntnisse aus Studien zu Stimmungsursachen und -verläufe	
sowie deren Bedeutung für die Stimmung im Urlaub	29
4.2.1. Persönlichkeitsmerkmale	30
4.2.2. Emotionen	38
4.2.3. Physischer Zustand	43
4.2.4. Zufriedenheit und Einstellung.....	50
4.2.5. Soziodemographika.....	60
4.2.6. Externe Anforderungen und Entfaltungsmöglichkeiten.....	63
4.2.7. Entgegengebrachte Aufmerksamkeit und soziale Kontakte.....	66
4.2.8. Alltagserlebnisse und besondere Ereignisse	68
4.2.9. Stimulationen durch die Umwelt	73
4.2.10. Ursachen von Stimmungen im Urlaub und Untersuchungshypothesen im Überblick	78
4.3. Erkenntnisse aus Studien zu Stimmungswirkungen	80
4.3.1. Die Wirkung der Stimmung auf das Wahrnehmen, die Informationsverarbeitung und das Erinnern.....	80
4.3.2. Der Einfluss der Stimmung auf die Globalzufriedenheit, die Beschwerdehäufigkeit sowie die Weiterempfehlungs- und Wiederbuchungsabsicht	87
4.3.3. Stimmungswirkungen und Untersuchungshypothesen im Überblick	89

5. Empirische Untersuchung zur Urlaubsstimmung, deren Verlauf und deren Ursachen	91
5.1. Konzeption der empirischen Studie.....	91
5.1.1. Ziele der Untersuchung.....	91
5.1.2. Erhebungsgegenstände.....	91
5.1.3. Die Durchführung der Untersuchung in einem Urlaubsclub	92
5.1.3.1. Entstehung, Bedeutung und Charakteristika des Cluburlaubs.....	92
5.1.3.2. Die für die Untersuchung ausgewählten Clubanlagen.....	95
5.1.4. Datenerhebung	95
5.1.4.1. Expertengespräche mit Führungskräften und Bediensteten der Clubanlagen	95
5.1.4.2. Fragebogen zur Ermittlung von Stimmungsursachen und -wirkungen	96
5.1.4.3. Stimmungsbogen zur Ermittlung von Stimmungsverläufen.....	98
5.1.5. Vorgehensweise bei der Datenerhebung.....	99
5.1.6. Datenbasis und Auswertung der erhobenen Daten	101
5.2. Zentrale Befunde der Untersuchung.....	104
5.2.1. Stimmungsverläufe von Urlaubern	104
5.2.1.1. Die Neigung der Urlauber zu Stimmungsschwankungen.....	104
5.2.1.2. Die Wirkung der Reisedauer und der Tageszeit auf den Stimmungsverlauf.....	106
5.2.1.2.1. Stimmungsverläufe bei einer einwöchigen Urlaubsdauer.....	106
5.2.1.2.2. Stimmungsverläufe bei einer zehn- oder zwölf-tägigen Urlaubsdauer.....	109
5.2.1.2.3. Stimmungsverläufe bei einer zweiwöchigen Urlaubsdauer	110
5.2.1.3. Die Auswirkung von exogenen und endogenen Faktoren auf den Stimmungsverlauf.....	114
5.2.1.3.1. Die Abhängigkeit des Stimmungsverlaufs von soziodemographischen Merkmalen	114

5.2.1.3.2.	Der Einfluss von Persönlichkeitsmerkmalen auf den Stimmungsverlauf.....	118
5.2.1.3.3.	Die Wirkung weiterer Faktoren auf den Stimmungsverlauf.....	123
5.2.1.4.	Die Identifizierung von Stimmungsverlaufstypen	126
5.2.2.	Die Stimmung der Urlauber und ihre Determinanten	133
5.2.2.1.	Grundgestimmtheit und aktuelle Stimmung der Probanden	133
5.2.2.2.	Zentrale Einflussfaktoren der Stimmung	135
5.2.2.2.1.	Persönlichkeitsmerkmale.....	135
5.2.2.2.2.	Emotionen.....	137
5.2.2.2.3.	Physischer Zustand.....	140
5.2.2.2.4.	Zufriedenheit und Einstellung	143
5.2.2.2.5.	Externe Anforderungen und Entfaltungsmöglichkeiten	148
5.2.2.2.6.	Entgegengebrachte Aufmerksamkeit und soziale Kontakte	149
5.2.2.2.7.	Alltagserlebnisse und besondere Ereignisse.....	152
5.2.2.2.8.	Stimulationen durch die Umwelt.....	153
5.2.2.3.	Die relative Bedeutung der die Stimmung beeinflussenden Faktoren	156
5.2.2.4.	Die Identifizierung von Urlaubertypen.....	170
5.2.3.	Wirkungen der Stimmung von Urlaubern.....	183
5.2.3.1.	Der Einfluss der Stimmung auf das Wahrnehmen, die Informationsverarbeitung und das Erinnern	183
5.2.3.2.	Der Einfluss der Stimmung auf die Globalzufriedenheit, die Beschwerdehäufigkeit sowie die Weiterempfehlungs- und Wiederbuchungsabsicht	186
5.3.	Zusammenfassung der wichtigsten Befunde	189

6. Konsequenzen der Untersuchungsergebnisse für ein stimmungsorientiertes Tourismusmarketing.....	195
6.1. Strategische Optionen des Stimmungsmanagements	195
6.2. Ansatzpunkte für ein stimmungsorientiertes Marketing von Clubreise- anbietern.....	200
6.2.1. Die zielgruppenorientierte Gestaltung von Clubanlagen	200
6.2.2. Maßnahmen des marketingpolitischen Instrumentariums	202
6.2.2.1. Implikationen für die Produkt- und Preispolitik	202
6.2.2.2. Kommunikations- und distributionspolitische Aktivitäten	215
6.3. Die Handlungsempfehlungen im Überblick	217
7. Schlussbetrachtung und Ausblick	221
Literaturverzeichnis.....	225

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Der konzeptionelle Bezugsrahmen der Untersuchung.....	5
Abb. 2: Determinanten der Stimmung im Urlaub.....	78
Abb. 3: Durch die Stimmung im Urlaub beeinflusste Konstrukte.....	89
Abb. 4: Stimmung der Probanden vor, während und nach dem Urlaub.....	105
Abb. 5: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach der Tageszeit.....	106
Abb. 6: Stimmungsverläufe der Urlauber des Clubs E bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach der Tageszeit.....	107
Abb. 7: Stimmungsverläufe der Urlauber des Clubs J bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach der Tageszeit.....	108
Abb. 8: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Clubs	108
Abb. 9: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 10 und 12 Tagen.....	109
Abb. 10: Stimmungsverlauf bei einer Urlaubsdauer von 14 Tagen.....	110
Abb. 11: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 14 Tagen, differenziert nach der Tageszeit	111
Abb. 12: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 14 Tagen, differenziert nach Clubs	112
Abb. 13: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7, 10, 12 und 14 Tagen.....	113
Abb. 14: Stimmungsverläufe am Abend bei einer Urlaubsdauer von 7, 10, 12 und 14 Tagen	114
Abb. 15: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Geschlecht.....	115
Abb. 16: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 14 Tagen, differenziert nach Geschlecht.....	115
Abb. 17: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach dem Alter	116
Abb. 18: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach der Einwohnerzahl des Wohnorts.....	117
Abb. 19: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Extravertiertheit/Introvertiertheit.....	118

Abb. 20: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 14 Tagen, differenziert nach Extravertiertheit/Introvertiertheit.....	119
Abb. 21: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Hang zum Neurotizismus.....	120
Abb. 22: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Veranlagungstyp	121
Abb. 23: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen am Vormittag, Nachmittag und Abend, differenziert nach dem Veranlagungstyp.....	122
Abb. 24: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Begleitung von Kind unter 16 Jahren	124
Abb. 25: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach physischem Befinden.....	125
Abb. 26: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Beschwerدهäufigkeit.....	125
Abb. 27: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen, differenziert nach Clustern (CA I)	128
Abb. 28: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7 Tagen am Vormittag, Nachmittag und Abend, differenziert nach Clustern (CA I).....	129
Abb. 29: Allgemeine Daten zur Stimmung der Urlauber, differenziert nach Clubs.....	134
Abb. 30: Stimmung der Urlauber an unterschiedlichen Tagen.....	154
Abb. 31: Faktorenausprägungen der evaluierten Cluster (CA II).....	175
Abb. 32: Stimmungsverläufe bei einer Urlaubsdauer von 7, 10 und 14 Tagen, differenziert nach Clustern (CA II).....	180
Abb. 33: Die Handlungsmatrix des Stimmungsmanagements	198
Abb. 34: Die Handlungsempfehlungen im Überblick	218

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Hypothesen zu Ursachen und Verläufen von Stimmung im Überblick.....	78
Tab. 2: Hypothesen zu Wirkungen von Stimmung im Überblick.....	90
Tab. 3: Aufteilung der Fälle auf die Cluster (CA I).....	127
Tab. 4: Die Trennfähigkeit der Variablen und die Reihenfolge ihres Einbezugs in die Diskriminanzfunktion (CA I).....	127
Tab. 5: Klassifikationsmatrix der Diskriminanzanalyse (CA I).....	128
Tab. 6: Clusterspezifische Mittelwerte und Signifikanzniveaus ausgewählter Variablen (CA I).....	130
Tab. 7: Die Konstrukte Extraversion und Neurotizismus.....	136
Tab. 8: Die Korrelation von Emotionen mit der durchschnittlichen Urlaubsstimmung....	139
Tab. 9: Ausgewählte Wetterdaten.....	154
Tab. 10: Die Operationalisierung der stimmungsrelevanten Konstrukte.....	158
Tab. 11: Regressionskoeffizienten und Signifikanzniveaus der Konstrukte.....	161
Tab. 12: Ergebnisse der Faktorenextraktionen.....	165
Tab. 13: Die Faktoren im Überblick.....	168
Tab. 14: Regressionskoeffizienten und Signifikanzniveaus der Faktoren.....	170
Tab. 15: Aufteilung der Fälle auf die Cluster (CA II).....	172
Tab. 16: Die Trennfähigkeit der Faktoren und die Reihenfolge ihres Einbezugs in die Diskriminanzfunktion (CA II).....	173
Tab. 17: Klassifikationsmatrix der Diskriminanzanalyse (CA II).....	173
Tab. 18: Clusterspezifische Mittelwerte und Signifikanzniveaus ausgewählter Variablen (CA II).....	176
Tab. 19: Verteilung der Clustermitglieder auf die Clubs (CA II).....	181
Tab. 20: Clusterspezifische Regressionskoeffizienten und Signifikanzniveaus der Faktoren (CA II).....	182
Tab. 21: Die Erinnerung der Probanden an ausgewählte Aspekte ihres voran- gegangenen Urlaubs.....	184
Tab. 22: Regressionskoeffizienten und Signifikanzniveaus der Merkmalsvariablen (abhängige Variable Globalzufriedenheit).....	186
Tab. 23: Regressionskoeffizienten und Signifikanzniveaus der Merkmalsvariablen (abhängige Variable Beschwerdehäufigkeit).....	188

Tab. 24: Regressionskoeffizienten und Signifikanzniveaus der Merkmalsvariablen (abhängige Variable Wieder-buchungsabsicht).....	188
Tab. 25: Beibehaltung bzw. Verwerfung der Untersuchungshypothesen.....	192