

Bilaterale Unternehmens- kooperationen im Tourismussektor

Ausgewählte Erfolgsfaktoren

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber	V	
Foreword of the Editors	VII	
Geleitwort	IX	
Vorwort	XI	
Abbildungs- und Kartenverzeichnis	XXI	
Tabellenverzeichnis	XXIII	
I	Konzeptionelle Einführung in die Arbeit	1
I.1	Problemstellung	1
I.2	Zentrales Anliegen und forschungsleitende Fragestellungen	5
I.3	Faden der Ariadne	10
I.4	Forschungsstand	14
II	<i>Going international</i> – Unternehmenstätigkeit im Globalisierungszeitalter unter besonderer Berücksichtigung der Tourismusbranche	18
II.1	Grundlagen der Phänomene Globalisierung und Internationalisierung	18
II.2	Internationalisierung von Unternehmenstätigkeit aus historischer Perspektive	25
II.3	Herausforderungen und Ziele internationaler Unternehmenstätigkeit vor dem Hintergrund von Internationalisierung respektive Globalisierung	29
II.4	Zentrale Theorien der internationalen Unternehmenstätigkeit	33
II.5	Internationalisierung mittels bilateraler Kooperationen	38
II.6	Internationalisierung der Tourismuswirtschaft unter besonderer Berücksichtigung der Reiseveranstalterbranche	44
II.7	Strukturen und Implikationen einer fortschreitenden Internationalisierung der Tourismuswirtschaft in Entwicklungsländern	50
III	Kultur, Interkulturalität und interkulturelle Kompetenz	56
III.1	Mysterium und Schlüsselbegriff Kultur	56
III.2	<i>Cultural turn</i> – Renaissance des Kulturellen in den Humanwissenschaften?	64
III.3	Kultur als Faktor im Kontext des internationalen Managements	67
III.4	Zwischen Eigenem und Fremdem – Fremderfahrung und Fremdverstehen versus Normalität des Fremden	73
III.5	<i>Managing across cultures</i> – interkulturelle Kompetenz	80

IV	Projektrelevante strategische Erfolgsfaktoren im interkulturellen Kooperationsalltag aus theoretischer Perspektive	89
IV.1	Vertrauen	89
IV.2	Konfliktmanagement	96
IV.3	Kundenorientierung respektive Beschwerdemanagement	103
IV.4	Reiseleiter	112
V	Die Incoming-Destination Marokko im Überblick	118
V.1	Natürliches und kulturelles Tourismuspotential	118
V.2	Tourismusedwicklung in Marokko aus historischer Perspektive	120
V.3	Ökonomische Bedeutung des marokkanischen Tourismus und aktuelle Tendenzen in der Tourismusedwicklung	123
V.4	Vision 2010 – Reformen und Ziele der marokkanischen Tourismuspolitik vor dem Hintergrund des Masterplans von Marrakech	127
VI	Methodische Umsetzung des Forschungsprojekts	132
VI.1	Qualitative Sozialforschung	132
VI.2	Methodologische Prinzipien und Formen des qualitativen Interviews	134
VI.3	Methodenwahl	136
VI.4	Das problemzentrierte Interview und seine Erhebungsinstrumente	138
VI.5	Struktur und Inhalte der Befragungen	142
VI.6	Zielgruppe	147
VII	Partizipierende Kooperationsunternehmen und Gesprächspartner im Überblick	151
VII.1	Zentrale Strukturmerkmale der Kooperationsunternehmen	151
VII.2	Zentrale Strukturmerkmale der Gesprächspartner	160
VIII	Bilaterale Perspektiven auf den interkulturellen Kooperationsalltag zwischen deutschen und marokkanischen Reiseveranstaltern	166
VIII.1	<i>Präludium (I)</i> – Chancen und Risiken einer grenzüberschreitenden Zusammenarbeit	166
VIII.2	<i>Claims abstecken</i> – Kooperationsrelevante Ziele	173
VIII.3	<i>Auf der Suche</i> – Partnersuche und Kooperationsentscheidung	178
VIII.4	<i>Let's go</i> – Implementation der Kooperation vor dem Hintergrund ausgewählter ökonomischer respektive kultureller Aspekte	190
VIII.5	<i>Unser Produkt</i> – Die bilaterale touristische Angebotsgestaltung	200

Inhaltsverzeichnis	XIX	
VIII.6	<i>An der Schnittstelle – Interkultureller Mediator Reiseleiter</i>	206
VIII.7	<i>Vom ewigen Nörgler und vom Kunden als König – Das Beschwerdemanagement</i>	213
VIII.8	<i>Zwischen Betroffenheit und Ignoranz – Soziokulturelles und ökologisches Engagement im Kontext des marokkanischen Incoming-Tourismus</i>	224
VIII.9	<i>Ohne läuft gar nichts – Vertrauen</i>	231
VIII.10	<i>Jetzt wird's ernst (I) – Konflikte und Konfliktlösungsansätze</i>	240
VIII.11	<i>Am Ziel der Wünsche? – Erfolgsbilanzierung</i>	251
VIII.12	<i>Aus erster Hand (I) – Akteurspezifische Ratschläge für die bilaterale Zusammenarbeit</i>	263
VIII.13	<i>Top oder flop – Bewertung des Marokkotourismus und seiner Zukunftsperspektiven</i>	273
IX	Einschätzungen des bilateralen Kooperationsgeschehens und des Marokkotourismus im Spiegel projektrelevanter Institutionen	284
IX.1	<i>Präludium (II) – Chancen und Risiken geschäftlicher Aktivitäten in Marokko unter besonderer Berücksichtigung der Tourismusbranche</i>	284
IX.2	<i>Jetzt wird's ernst (II) – Ausgewählte Konfliktfelder in der deutsch-marokkanischen Zusammenarbeit</i>	289
IX.3	<i>Bridging the gap – Relevanz der Faktoren Kultur und interkulturelle Kompetenz im bilateralen Kooperationsgeschehen</i>	295
IX.4	<i>Hier hapert's – Charakteristische Defizite marokkanischer Tourismusstrukturen</i>	304
IX.5	<i>Großer Wurf oder alles nur Papier? – Der Masterplan von Marrakech</i>	313
IX.6	<i>Aus erster Hand (II) – Empfehlungen und Perspektiven im Kontext des aktuellen Marokkotourismus</i>	319
X	Resümee	328
Literaturverzeichnis		337
Anhang		371