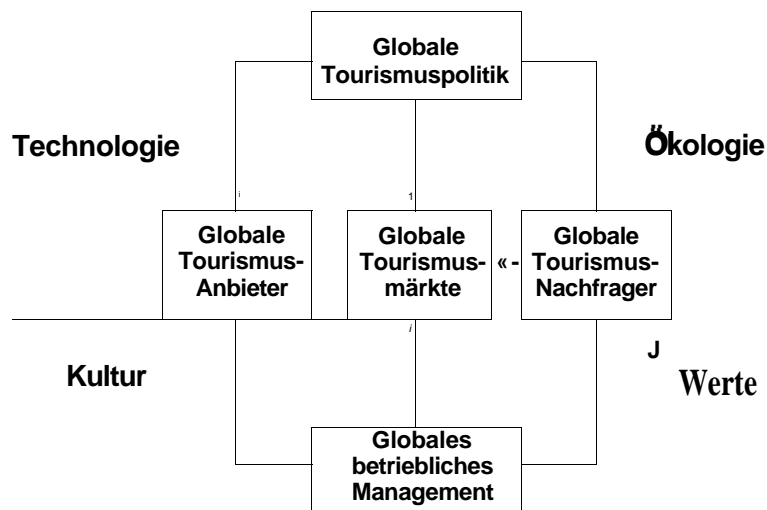


Globalisierung und Tourismus

von

Prof. Dr. Walter Freyer



Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Einführung	1
1 Grundlagen der Globalisierung	2
1.1 Begriff der Globalisierung	2
1.2 Entwicklung: Von der Internationalisierung zur Globalisierung	3
1.2.1 Ausgangspunkt: Nationales Denken und Handeln - Nationale Orientierung („Ethozentrismus“)	4
1.2.2 Der Schritt zur Internationalisierung: über die eigenen Grenzen hinaus	6
1.2.3 Von der Internationalisierung zur Multinationalisierung und zum Polyzentrismus	8
1.2.4 Von der Internationalisierung zur Globalisierung	10
1.2.5 Regiozentrismus - Regionenorientierung	14
1.3 Bereiche der Globalisierung	16
1.3.1 Additive Betrachtung	16
1.3.2 Kausale Betrachtung von „Triebkräften“	18
1.3.3 Ein struktureller Ansatz für den Tourismus	19
2. Globalisierungstendenzen im Tourismus	21
2.1 Touristische Ansätze der Erklärung	21
2.2 Touristisches Angebot und Globalisierung	23
2.2.1 Transportunternehmen	25
2.2.1.1 Globalisierungstrends im Luftverkehrsbereich (Übersicht)	2 5
2.2.1.2 Globalisierung durch Standardisierung des Leistungsangebotes (des „(Grund- oder Kern-)Produktes“)	26
2.2.1.3 (Aktuelle) Entwicklung des globalen Flugverkehrs	28
2.2.1.4 Globalisierung und Kooperationen im Luftverkehrsbereich	31
2.2.1.5 Ausblick: Zukünftige Trends	33
2.2.2 Globale Computer Reservierungssysteme (CRS)	38
2.2.2.1 Standardisierung des Produktes	38
2.2.2.2 Die Struktur der CRS-Industrie	38
2.2.2.3 Weltweite Verflechtungen, Kooperationen und Fusionen bei CRS	42
2.2.2.4 Aussicht/Perspektive: Trend zum Mega-CRS?	45



2.2.3	Beherbergungsindustrie und Globalisierung	47
2.2.3.1	Standardisierung des Leistungsangebotes	47
2.2.3.2	Gesamtvolumen und regionale Verteilung, weltweit - die Quantitäten	50
2.2.3.3	Entwicklung: Von nationalen Hotelketten zur Internationalisierung	53
2.2.3.4	Globale Anbieter im Hotelgewerbe	55
2.2.3.5	Globale Verflechtungen	58
2.2.3.6	Sonderform: Globale/internationale Ferienklubs und Ferienklubketten	61
2.2.3.7	Die globale Zukunft des Beherbergungswesens	64
2.2.4	Reiseveranstalter (und -mittler)	65
2.2.4.1	Die Pauschalreise: „Normung, Montage und Serienfertigung“	66
2.2.4.2	Die Reiseveranstalter-Riesen: überwiegend nationale Dominanz	68
2.2.4.3	Reiseveranstalter: Lokaler statt globaler Konzentrationsprozeß	72
2.2.4.4	Distributionswege: die Reisemittler (oder Reisebüros)	75
2.2.5	Destinationen und Globalisierung	78
2.2.5.1	Standardisiertes Produkt: Das Angebotsbündel „Destination“	78
2.2.5.2	Globale Tourismusregionen heute	80
2.2.5.3	Special Events	84
2.2.5.4	Künstliche Reisewelten	84
2.2.5.5	Zukünftige Tourismusdestinationen	85
2.3	Touristische Nachfrage und Globalisierung: Vom „Homo touristicus“ zum „Homo touristicus globalis“	87
2.3.1	Quantitative Nachfrage(aspekte) - Die Quantitäten	87
2.3.2	Die Qualität der Tourismus-Nachfrage	91
2.4	Globale Tourismuspolitik	94
2.4.1	Aufgaben einer internationalen Tourismuspolitik: Regelungsbedarf in verschiedenen Bereichen	94
2.4.2	Pro und Kontra einer globalen Tourismuspolitik	96
2.4.3	Träger einer internationalen/globalen Tourismuspolitik - heute	97
2.6.4	Fazit: Welt-Tourismus-Gipfel?	102
2.5	Tourismus und Kultur	103
3.	Globale Szenarien für den Tourismus	108
3.1	Auswahl der Deskriptoren (" Szenariofeld-Analyse")	109
3.2	Bewertung der Deskriptoren: allgemeine Trendaussagen ("Szenario- Prognostik")	110
3.3	Bildung von „Gesamt- oder Mega-Szenarien“	113
	Literatur	114

