

Einführung
in den

Von
Prof. Dr. Jörn W. Mundt

R. Oldenbourg Verlag München Wien

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	IX
1 DEFINITION UND ERFASSUNG! DES TOURISMUS	1
1.1 ‚TOURIST‘ - DEFINITION UND ABGRENZUNG.....	3
1.2 DER ‚TOURIST‘ IN DER ALLTAGSSPRACHE.....	8
1.3 URLAUBSREISEN.....	10
1.4 DIE ERFASSUNG DES TOURISMUS.....	11
1.4.1 <i>Tourismusstatistik</i>	12
1.4.2 <i>Bevölkerungsrepräsentative Untersuchungen</i>	19
1.4.3 <i>Europäische Tourismusstatistik</i>	26
1.4.4 <i>Erhebung über Ausgaben und Einnahmen im internationalen Reiseverkehr</i>	28
1.5 TOURISTISCHE KENNWERTE.....	29
1.5.1 <i>Aus amtlichen Statistiken abgeleitete Maße</i>	30
1.5.2 <i>Maße aus bevölkerungsrepräsentativen Befragungen</i>	31
1.6 DIE ERFASSUNG VON URLAUBSREISEARTEN.....	33
1.6.1 <i>Veranstalterreisen</i>	34
1.6.2 <i>Weitere Differenzierung der Urlaubsreisearten</i>	37
2 ENTWICKLUNGSFAKTOREN PRIVATEN REISEVERHALTENS	39
2.1 DER AUFSTIEG VON DER ARBEITS- ZUR MULTIOPTIONALEN FREIZEIT- UND ERLEBNISGESELLSCHAFT.....	40
2.2 DIE ENTWICKLUNG DES PRIVATEN REISEVERHALTENS.....	47
2.2.1 <i>Reiseziele</i>	50
2.2.2 <i>Reiseorganisationsform</i>	52
2.2.3 <i>Reiseverkehrsmittel</i>	54
2.2.4 <i>Beherbergung</i>	62
2.3 SOZIALE DIFFERENZIERUNG UND DIE UNGLEICHHEIT DER PRIVATEN REISECHANCEN.....	64
2.3.1 <i>Einkommen</i>	64
2.3.2 <i>Formale Bildung</i>	66
2.3.3 <i>Stellung im Beruf</i>	67
2.3.4 <i>Regionale Herkunft</i>	69
2.3.5 <i>Alter und Familienzyklus</i>	70
2.3.5.1 <i>Veränderungen der Lebensverläufe</i>	76
2.3.6 <i>Lebensstile</i>	79
2.4 REISESOZIALISATION.....	87
2.5 EXKURS: REISEN IN DER DDR.....	92

2.5.2 <i>Die Reisen der neuen Bundesbürger</i>	99
2.6 PERSPEKTIVEN FÜR DEN REISEMARKT.....	101
3 REISEMOTIVATION.....	109
3.1 BERUFLICH BEDINGTE REISEN.....	116
3.2 PRIVATE REISEN UND URLAUBSREISEN.....	117
3.2.2 <i>Übergreifende Motivationsansätze</i>	229
3.2.1.1 Defizittheorie: Reisen als Flucht vor den Verhältnissen.....	119
3.2.1.2 Reisen als Suche nach Authentizität.....	121
3.2.1.3 Der physiologische Erklärungsansatz: Urlaub zum Abbau der kumulierten Ermüdungsstoffe.....	124
3.2.1.4 Psychologischer Erklärungsansatz I: Selbstverbesserung und symbolische Selbstergänzung.....	127
3.2.1.5 Psychologischer Erklärungsansatz II: Die Urlaubsreise als Kontrast zum Alltag.....	130
3.2.1.6 Psychologischer Erklärungsansatz III: Die Reise als Zeitverlängerung und Abmilderung der Wirkungen des Alltags.....	132
3.2.2 <i>Spezielle Motivationsansätze</i>	237
3.2.2.1 Reisen zum Erhalt oder zur Förderung der Gesundheit.....	137
3.2.2.2 Das Ausleben von Sexualität als Reisemotiv.....	138
3.2.2.3 Das Reisen selbst als Motiv für das Reisen.....	141
4 REISEENTSCHEIDUNG.....	145
4.1 BERUFLICH BEDINGTE REISEN.....	145
4.2 PRIVATE REISEN UND URLAUBSREISEN.....	147
4.2.2 <i>Das Phasenmodell der Reisezielentscheidung</i>	257
4.2.2 <i>Der Persönlichkeitsansatz der Reisezielentscheidung</i>	260
4.2.3 <i>Das Prestige-Modell der Reisezielentscheidung</i>	262
4.2.4 <i>Das „Erwartung mal Werf“-Modell der Reisezielentscheidung</i>	263
5 VERHALTEN AUF REISEN UND REISEERLEBEN.....	167
5.1 ERLEBEN ANDERER ZEITSTRUKTUREN.....	170
5.2 DER TOURISTISCHE BLICK.....	173
5.2.2 <i>Reiseführer in Buchform</i>	273
5.2.2 <i>Photographien und Photographieren</i>	178
5.3 ARRANGEMENTS UND INSZENIERUNGEN FÜR DEN TOURISTISCHEN BLICK.....	185
5.3.2 <i>Reisearrangements und touristische Erfahrung</i>	288
5.3.2 <i>Entfernung</i>	296
5.4 DER TOURISTISCHE HANDLUNGS- UND ERFAHRUNGSRaum.....	199
5.4.2 <i>Strand</i>	201
5.4.2 <i>Camping</i>	206
5.5 FREMDE UND GÄSTE.....	209
5.6 TYPOLOGIEN VON TOURISTEN UND REISEN.....	215
5.6.2 <i>Exkurs I: Alternativ- und Aussteiger-Touristen</i>	229
5.6.2 <i>Exkurs II: Sextouristen</i>	224
5.6.3 <i>Exkurs III: Liegestuhltouristen</i>	229

5.7 DIE DYNAMIK DER BEZIEHUNG ZWISCHEN TOURISTEN UND EINHEIMISCHEN.....	232
5.8 DER EINDIMENSIONALE TOURIST' DER TOURISMUSKRITIK.....	236
5.9 REISEN ALS „DARSTELLENDEN KUNST“.....	241
6 ANBIETER IM TOURISMUS.....	245
6.1 VERKEHRSTRÄGER.....	246
6.2.2 Eisenbahnunternehmen.....	246
6.2.2 Fluggesellschaften.....	252
6.1.2.1 Linienfluggesellschaften.....	256
6.1.2.1.1 Streckensysteme.....	262
6.1.2.1.2 Strategische Allianzen.....	265
6.1.2.2 Charterfluggesellschaften.....	268
6.1.3 Flughäfen.....	273
6.2.4 Mietwagenunternehmen.....	277
6.2.5 Busunternehmen.....	278
6.1.6 Reedereien.....	282
6.2 DESTINATIONEN.....	285
6.2.2 Tourismusorte.....	289
6.2.2 Touristische Attraktionen.....	294
6.2.2.1 Disney-Parks.....	I. 295
6.2.2.2 Bungalowparks.....	300
6.2.2.3 Einkaufszentren.....	302
6.2.2.4 Veranstaltungen (<i>special events</i>).....	303
6.3 BEHERBERGUNG UND GASTRONOMIE.....	305
6.3.2 Beherbergungsbetriebe.....	306
6.3.2 Restaurationsbetriebe.....	309
6.3.3 Betreiberkonzepte von Beherbergungs- und Restaurationsbetrieben.....	309
6.4 REISEVERANSTALTER.....	312
6.4.1 Vertrieb.....	327
6.5 REISEVERMITTLER.....	319
6.5.1 Die Struktur der Reisebürobranche.....	i. 320
6.5.1.1 Firmendienst.....	323
6.5.1.2 Sortimentgestaltung im Reisebüro.....	325
6.5.1.3 Kennzahlen im Reisebüro.....	326
6.5.2 Konzentrationsprozesse im Reisebürogeschäft.....	328
6.5.3 Ticket-Großhändler: Consolidators.....	332
6.6 DIE ZUKUNFT DES REISEBÜROS.....	333
6.6.2 Aufhebung der Preisbindung.....	333
6.7 VERTIKALE INTEGRATION.....	336
6.8 RESERVIERUNGSSYSTEME.....	346
6.8.2 Auswirkungen auf den Wettbewerb.....	349
6.9 VERÄNDERUNGEN DER VERTRIEBSWEGE.....	352
7 DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES TOURISMUS.....	355
7.1 ANSÄTZE ZUR MESSUNG.....	359
7.2.2 Messung der touristischen Ausgaben (<i>Nachfragemethode</i>).....	360

7.2.2 <i>Messung der touristischen Einnahmen (Angebotsmethode)</i>	361
7.1.3 <i>Die Messung der Beschäftigungswirkung</i>	368
7.2 MODELLE ZUR BESTIMMUNG DER ÖKONOMISCHEN	
WIRKUNGSZUSAMMENHÄNGE.....	372
7.2.1 <i>Multiplikatormodell</i>	372
7.2.1.1 <i>Brutto- und Nettoeffekte</i>	376
7.2.2 <i>Wertschöpfungsmodell</i>	382
7.2.3 <i>Input-Output Modell</i>	385
7.2.4 <i>Dynamisches Multisektorales Modell</i>	389
7.3 EMPIRISCHE STUDIEN.....	391
7.3.2 <i>Die Wertschöpfung des Tourismus in der Schweiz</i>	392
7.3.2 <i>Die Wertschöpfung des Tourismus in Deutschland</i>	396
7.3.3 <i>Regionale Wertschöpfung des Tourismus:</i>	
<i>der Kanton Bern</i>	398
7.3.4 <i>Interdependenzen mit anderen Wirtschaftsbereichen: Die</i>	
<i>wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Australien</i>	404
7.3.4.1 <i>Beschäftigungseffekte</i>	409
7.3.5 <i>Die wirtschaftliche Bedeutung des Welttourismus</i>	422
8 TOURISMUSPOLITIK	419
8.1 <i>WAS IST TOURISMUSPOLITIK?</i>	422
8.2 <i>STAAT UND TOURISMUS</i>	426
8.3 <i>VERBÄNDE!</i>	431
8.4 <i>POLITISCHE ENTSCHEIDUNGSGREMIEN UND</i>	
<i>ADMINISTRATIONEN</i>	439
8.4.2 <i>Die Europäische Union</i>	440
8.4.2 <i>Die Bundesrepublik Deutschland</i>	445
8.4.2.1 <i>Bundesebene</i>	445
8.4.2.2 <i>Länderebene</i>	447
8.4.2.3 <i>Stadt- und Gemeindeebene</i>	450
8.5 <i>TOURISMUS UND UMWELT</i>	456
9 TOURISMUSBERUFE: BILDUNG, AUSBILDUNG,	
WEITERBILDUNG	467
9.1 <i>AUSBILDUNGSBERUFE IM TOURISMUS</i>	469
9.2.2 <i>Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten</i>	472
9.2 <i>HOCHSCHULAUFBILDUNG IM TOURISMUS:</i>	471
9.2.2 <i>Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten</i>	475
9.3 <i>QUALITÄTSPROBLEME VON BILDUNG UND AUSBILDUNG</i>	477
9.4 <i>ANGEBOT UND NACHFRAGE AUF DEM TOURISTISCHEN</i>	
<i>ARBEITSMARKT</i>	481
LITERATUR	491
Personenregister.....	517
Sachregister.....	525
Nachweise.....	547