

Inhalt

Vorwort — V

Abbildungsverzeichnis — XI

Tabellenverzeichnis — XIII

1 Tourismusgeografie: Schwerpunkte, Erfassung und Abgrenzung — 1

- 1.1 Tourismus als Objekt der Wissenschaft: Eine Einordnung — 1
- 1.1.1 Der Begriff Tourismus — 2
- 1.1.2 Statistische Abgrenzung des Tourismus — 5
- 1.1.3 Tourismus als interdisziplinärer Forschungsgegenstand — 6
- 1.2 Aufgaben und Entwicklungen der Tourismusgeografie — 8
- 1.2.1 Tourismusgeografie als Teilgebiet der Wirtschaftsgeografie — 8
- 1.2.2 Begriff und Abgrenzung der Tourismusgeografie — 9
- 1.2.3 Paradigmen der Tourismusgeografie — 11
- 1.2.4 Angewandte Tourismusgeografie — 14

2 Räumliche Effekte des Tourismus — 17

- 2.1 Wirtschaftliche Effekte — 17
- 2.1.1 Touristische Wertschöpfung — 17
- 2.1.2 Formen wirtschaftlicher Effekte des Tourismus und deren Messung — 20
- 2.1.3 Deviseneffekte — 23
- 2.1.4 Tourismus und Beschäftigung — 24
- 2.1.5 Räumliche Ausgleichseffekte — 26
- Exkurs 1 Der Aufstieg Teneriffas zur wirtschaftlichen Destination — 30
- 2.1.6 Negative wirtschaftliche Effekte — 31
- Exkurs 2 Venedig – eine Stadt im massentouristischen Ausnahmezustand — 33
- 2.1.7 Touristische Krisen — 35
- 2.2 Soziokulturelle Effekte — 41
- 2.2.1 Kulturbereinflussende Momente des Tourismus — 42
- Exkurs 3 Anti-Tourismus-Proteste in Spanien und anderswo — 43
- 2.2.2 Die vier Kulturen im Tourismus — 45
- Exkurs 4 Indische Touristen in der Schweiz: Anpassung und Spezialisierung im Rahmen der Gastgeberkultur — 47
- 2.2.3 Formen soziokultureller Effekte — 51
- 2.2.4 Einwirkungsebenen soziokultureller Effekte — 52
- 2.2.5 Partizipation als Lösung — 55

2.3	Ökologische Effekte — 56
2.3.1	Wechselwirkungen zwischen Umwelt und Tourismus — 57
2.3.2	Formen ökologischer Effekte — 58
Exkurs 5	Reisen und Vermeidung bzw. Kompensation von CO ₂ -Emissionen — 59
Exkurs 6	Tourismus und Wasserknappheit auf Mallorca — 61
Exkurs 7	Skigebiet Schmittenhöhe – gelebte Nachhaltigkeit — 65
2.3.3	Tourismus und Klimawandel — 68
2.3.4	Ökologieorientierte Tourismuskonzepte — 69
2.3.5	Maßnahmen zur Verringerung negativer Umweltwirkungen — 76
Exkurs 8	Verkehr in Zermatt — 78
3	Die Destination als tourismusgeografischer Forschungsgegenstand — 81
3.1	Der Destinationsbegriff — 81
3.1.1	Konstitutive Merkmale von Destinationen — 82
3.1.2	Touristische versus nicht-touristische Prägung von Destinationen — 83
3.1.3	Standortmuster von Destinationen — 85
3.1.4	Destinationslebenszyklus — 86
3.1.5	Einflussfaktoren der Destinationsentwicklung — 89
3.1.6	Strategien der Destinationsentwicklung — 92
3.2	Abgrenzung nach geografischen Aspekten — 95
3.2.1	Physisch-geografische Gegebenheiten — 96
3.2.2	Anthropogeografische Gegebenheiten — 97
3.2.3	Bewertung touristischer Räume — 98
3.3	Abgrenzung nach touristischen Aspekten — 101
3.3.1	Ursprüngliches Angebot — 102
3.3.2	Abgeleitetes Angebot — 104
3.3.3	Immaterielles Angebot — 105
3.4	Nachfrageseitige Abgrenzung — 106
3.4.1	Touristischer Aktionsraum — 106
3.4.2	Wahrnehmungsforschung — 113
3.5	Angebotsseitige Abgrenzung — 122
3.5.1	Abgrenzung durch Leistungsbündel und Leitbilder — 122
Exkurs 9	Mecklenburgische Seenplatte – ein touristisches Leitbild — 124
3.5.2	Systematisierung touristischer Leistungsträger — 125
3.5.3	Ausgewählte touristische Leistungsträger — 127
3.5.4	Eigenschaften der touristischen Angebotserstellung — 129
Exkurs 10	Das Grand Hotel Les Trois Rois in Basel – eine lebende Legende — 131
3.5.5	Standortanalyse — 133
3.6	Organisation von Destinationen — 140
3.6.1	Ziele und Bildung von Destinations-Management-Organisationen (DMO) — 140
3.6.2	Formen von DMOs — 142

Exkurs 11	Die Allgäu GmbH — 144
3.6.3	Determinanten und Ebenen von DMOs — 145
Exkurs 12	Wandertrilogie im Allgäu — 146
3.6.4	Finanzierung von DMOs — 147
3.6.5	Destinationsmanagement und nachhaltiger Tourismus — 149
3.7	Struktur- und Interaktionsanalyse von Destinationen — 152
3.7.1	Kartenanalyse — 152
3.7.2	Destinationen als Netzwerke — 158
Exkurs 13	Formen von Nähe — 160

4 Touristische Destinationsformen — 167

4.1	Städtische Destinationen — 167
4.1.1	Entstehung und Entwicklung des Städ tetourismus — 167
4.1.2	Formen des Städ tetourismus — 168
4.1.3	Städ tetouristische Wettbewerbsstrategien — 171
Exkurs 14	Tourismus in München — 171
4.2	Ländliche Destinationen — 173
4.2.1	Entstehung ländlicher Destinationen — 173
4.2.2	Tourismus als Folge des regionalen Strukturwandels — 174
4.2.3	Urlaubsformen in ländlichen Destinationen — 175
4.2.4	Touristische Entwicklungsstrategien — 176
4.3	Strand- und Bade destinationen — 177
4.3.1	Entstehung von Strand- und Bade destinationen — 178
4.3.2	Der Mittelmeerraum als Schwerpunkt destination — 179
4.3.3	Touristische Entwicklungsstrategien — 180
4.4	Hochgebirgsdestinationen — 181
4.4.1	Die Entwicklung des Alpenraums zur Schwerpunkt destination — 181
4.4.2	Entwicklungen im Wintersporttourismus — 183
Exkurs 15	Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn:
	Die „lässigste“ Skiregion Europas — 184
4.4.3	Wintersport touristische Strategien — 185
4.5	Gesundheitstouristische Destinationen — 187
4.5.1	Entstehung und Entwicklungen des Gesundheitstourismus — 188
4.5.2	Formen gesundheitstouristischer Destinationen — 189
4.6	Erlebnis- und Konsumwelten — 190
4.6.1	Begriffliche Einordnung — 190
4.6.2	Erfolgsfaktoren und Wettbewerbswirkungen — 191
4.6.3	Formen von Erlebnis- und Konsumwelten — 192
4.7	Themenrouten — 194
Exkurs 16	Grand Tour of Switzerland — 196
4.8	Sonstige Destinationen — 197
4.8.1	Kreuzfahrten — 197

4.8.2	Pilger- und Wallfahrtsorte — 200
4.8.3	Industrietouristische Destinationen — 201
4.8.4	Dark Tourism — 204
4.8.5	Burgen, Schlösser und Kirchen – Gebäude als Destination — 207
Exkurs 17	Wieskirche im Pfaffenwinkel — 209
4.8.6	Naturräumliche Destinationen — 209
5	Messung und Erfassung von Tourismus und Reiseverkehrsströmen — 213
5.1	Methoden und Prinzipien der empirischen Forschung — 213
5.1.1	Forschungsprozess, -design und -instrumentarium — 214
5.1.2	Besonderheiten der tourismusgeografischen Datenerhebung — 216
5.2	Amtliche Tourismusstatistiken — 222
5.2.1	Nationale Statistiken — 222
5.2.2	Internationale Statistiken — 223
5.2.3	Vor- und Nachteile amtlicher Statistiken — 227
5.3	Nichtamtliche Statistiken: Bevölkerungsrepräsentative Befragungen — 228
5.3.1	Grundlagen nichtamtlicher Statistiken — 228
5.3.2	Reiseanalyse — 229
5.3.3	Deutsche Tourismusanalyse — 230
5.4	Reiseverkehrsbilanz — 231
5.4.1	Stellung der Reiseverkehrsbilanz in der Zahlungsbilanz — 231
5.4.2	Entwicklung der deutschen Reiseverkehrsbilanz — 233
5.5	Touristische Kennziffern — 235
5.5.1	Angebotsseitige Kennziffern — 235
Exkurs 18	Hotelklassifizierung – Sterne und ihre Bedeutung — 236
5.5.2	Nachfrageseitige Kennziffern — 238
5.5.3	Kennziffern der quantitativen Regionalforschung — 239
5.6	Erfassung der touristischen Wertschöpfung — 243
5.6.1	Angebotsseite — 243
5.6.2	Nachfrageseite — 244
5.6.3	Touristische Multiplikatoren — 244
5.6.4	Tourismussatellitenkonto — 245
5.7	Messung von Preisniveaus — 246
5.8	Messung und Erfassung des Reiseverkehrs — 249
Literatur — 253	
Stichwortverzeichnis — 275	