

# Inhalt

**Vorwort — V**

**Abbildungsverzeichnis — XI**

**Tabellenverzeichnis — XIII**

<b>1</b>	<b>Tourismusgeografie: Schwerpunkte, Erfassung und Abgrenzung — 1</b>
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
<b>2</b>	<b>Räumliche Effekte des Tourismus — 17</b>
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	Kulturbeeinflussende 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 —	<b>56</b>
2.3.1	Wechselwirkungen zwischen Umwelt und Tourismus —	<b>57</b>
2.3.2	Formen ökologischer Effekte —	<b>58</b>
Exkurs 5	Reisen und Vermeidung bzw. Kompensation von CO <sub>2</sub> -Emissionen —	<b>59</b>
Exkurs 6	Tourismus und Wasserknappheit auf Mallorca —	<b>61</b>
Exkurs 7	Skigebiet Schmitenhöhe – gelebte Nachhaltigkeit —	<b>65</b>
2.3.3	Tourismus und Klimawandel —	<b>68</b>
2.3.4	Ökologieorientierte Tourismuskonzepte —	<b>69</b>
2.3.5	Maßnahmen zur Verringerung negativer Umweltwirkungen —	<b>76</b>
Exkurs 8	Verkehr in Zermatt —	<b>78</b>
<b>3</b>	<b>Die Destination als tourismusgeografischer Forschungsgegenstand —</b>	<b>81</b>
3.1	Der Destinationsbegriff —	<b>81</b>
3.1.1	Konstitutive Merkmale von Destinationen —	<b>82</b>
3.1.2	Touristische versus nicht-touristische Prägung von Destinationen —	<b>83</b>
3.1.3	Standortmuster von Destinationen —	<b>85</b>
3.1.4	Destinationslebenszyklus —	<b>86</b>
3.1.5	Einflussfaktoren der Destinationsentwicklung —	<b>89</b>
3.1.6	Strategien der Destinationsentwicklung —	<b>92</b>
3.2	Abgrenzung nach geografischen Aspekten —	<b>95</b>
3.2.1	Physisch-geografische Gegebenheiten —	<b>96</b>
3.2.2	Anthropogeografische Gegebenheiten —	<b>97</b>
3.2.3	Bewertung touristischer Räume —	<b>98</b>
3.3	Abgrenzung nach touristischen Aspekten —	<b>101</b>
3.3.1	Ursprüngliches Angebot —	<b>102</b>
3.3.2	Abgeleitetes Angebot —	<b>104</b>
3.3.3	Immaterielles Angebot —	<b>105</b>
3.4	Nachfrageseitige Abgrenzung —	<b>106</b>
3.4.1	Touristischer Aktionsraum —	<b>106</b>
3.4.2	Wahrnehmungsforschung —	<b>113</b>
3.5	Angebotsseitige Abgrenzung —	<b>122</b>
3.5.1	Abgrenzung durch Leistungsbündel und Leitbilder —	<b>122</b>
Exkurs 9	Mecklenburgische Seenplatte – ein touristisches Leitbild —	<b>124</b>
3.5.2	Systematisierung touristischer Leistungsträger —	<b>125</b>
3.5.3	Ausgewählte touristische Leistungsträger —	<b>127</b>
3.5.4	Eigenschaften der touristischen Angebotserstellung —	<b>129</b>
Exkurs 10	Das Grand Hotel Les Trois Rois in Basel – eine lebende Legende —	<b>131</b>
3.5.5	Standortanalyse —	<b>133</b>
3.6	Organisation von Destinationen —	<b>140</b>
3.6.1	Ziele und Bildung von Destinations-Management-Organisationen (DMO) —	<b>140</b>
3.6.2	Formen von DMOs —	<b>142</b>

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
<b>4</b>	<b>Touristische Destinationsformen —</b>	<b>167</b>
4.1	Städtische Destinationen —	167
4.1.1	Entstehung und Entwicklung des Städtetourismus —	167
4.1.2	Formen des Städtetourismus —	168
4.1.3	Städtetouristische 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 Badedestinationen —	177
4.3.1	Entstehung von Strand- und Badedestinationen —	178
4.3.2	Der Mittelmeerraum als Schwerpunktdestination —	179
4.3.3	Touristische Entwicklungsstrategien —	180
4.4	Hochgebirgsdestinationen —	181
4.4.1	Die Entwicklung des Alpenraums zur Schwerpunktdestination —	181
4.4.2	Entwicklungen im Wintersporttourismus —	183
Exkurs 15	Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn: Die „lässigste“ Skiregion Europas —	184
4.4.3	Wintersporttouristische 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
<b>5</b>	<b>Messung und Erfassung von Tourismus und Reiseverkehrsströmen —</b>	<b>213</b>
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
<b>Literatur — 253</b>		
<b>Stichwortverzeichnis — 275</b>		