

# Inhaltsverzeichnis

1	Einführung .....	1
1.1	Grundansatz .....	1
1.2	Systeme und Netzwerke .....	4
1.3	Zum Aufbau des Buches .....	7
1.4	Zur Definition von „Tourismus“ .....	10
2	Angebotsstrukturen im Tourismus: Aktionsräume und touristische Netzwerke .....	13
2.1	Räumlich-zeitliche Tätigkeitenmuster als Konsumvorgänge im Tourismus .....	13
2.2	Touristische Aktionsräume .....	16
2.3	Behavior Settings als Grundeinheiten des touristischen Verhaltens .....	23
2.3.1	Grundansatz .....	23
2.3.2	Dienstleistungsqualität und Gästekontaktpunkte .....	27
2.3.3	Touristische Enklaven .....	32
2.3.4	Heterogene Räume .....	38
2.4	Die touristische Perspektive .....	41
2.5	Die touristische Reproduktion .....	45
2.6	Touristische Landschaftsbilder .....	48
2.7	Pfade und Routen .....	54
2.8	Lokale und regionale touristische Netzwerke .....	64
2.9	Zusammenfassung: Die „objektive“ und die „subjektive“ Analyseebene von touristischen Aktionsräumen .....	69
3	Die touristische Nachfrage .....	73
3.1	Sozialbestimmtes Verhalten .....	73
3.2	Bedürfnisstrukturen .....	76
3.2.1	Grund- und Einzelbedürfnisse .....	76
3.2.2	Touristische Bedürfnis- und Motivationsstrukturen .....	80
3.3	Ausbildung der „Push-Faktoren“ der touristischen Nachfrage .....	84
3.3.1	Modell des sozialbestimmten räumlichen Verhaltens .....	84
3.3.2	Milieubedingte Lebensstile und ihr Wandel im Lebenszyklus .....	90
3.4	Verhalten der Nachfrager im Tourismus .....	94
3.4.1	Das individuelle Anspruchsniveau und seine Einflußfaktoren .....	94
3.4.2	Suchprozesse und Entscheidung über den Urlaub .....	98
3.4.3	Urlaubererlebnis .....	101
3.4.4	Die touristische Begegnung von Kulturen .....	105
3.4.5	Urlaubszufriedenheit .....	112
3.5	Empirische Erfassung des Urlaubsverhaltens .....	115
3.5.1	Das Verhaltensmodell als Bezugsbasis .....	115
3.5.2	Anspruchsniveaus .....	117

3.5.2.1	Ansprüche an die Ausstattung von Fremdenverkehrsregionen mit Einrichtungen des kulturellen-, unterhaltungs- und gastronomischen Bereichs .....	117
3.5.2.2	Ansprüche an die länderkundlichen Inhalte von Reiseführern .....	126
3.5.3	Such- und Entscheidungsprozesse .....	131
3.5.4	Aktionsräumliches Verhalten .....	137
3.5.4.1	Lokale und regionale touristische Aktionsräume .....	137
3.5.4.2	Freizeitbezogene Aktionsräume im Wohnumfeld .....	141
3.5.5	Zufriedenheitsstrukturen .....	146
3.5.5.1	Grundansätze .....	146
3.5.5.2	Merkmalsbezogene Messung .....	147
3.5.5.3	Ereignisbezogene Messung .....	155
3.6	Zusammenfassung: Die Hauptphasen des Urlaubsverhaltens .....	160
4	Organisatorische Netzwerke .....	163
4.1	Grundstrukturen .....	163
4.2	Organisatorische Netzwerke „erster Ordnung“: Versorgungsnetzwerke .....	166
4.2.1	Monozentrale Versorgungsnetzwerke .....	166
4.2.2	Multizentrale Versorgungsnetzwerke .....	176
4.3	Organisatorische Netzwerke „zweiter Ordnung“: Vermarktungsnetzwerke .....	181
4.3.1	Grundstrukturen .....	181
4.3.2	Reiseveranstalter .....	186
4.3.3	Elektronische Netzwerke .....	194
4.3.3.1	Computer-Reservierungs-Systeme .....	194
4.3.3.2	Internet-Dienste .....	198
4.3.3.3	T-Commerce .....	208
4.3.3.4	Die Zukunft der Reisevermittler .....	209
4.3.4	Touristische Karten .....	210
4.4	Organisatorische Netzwerke „dritter Ordnung“: Planungs-, Marketing- und Werbenetzwerke .....	214
4.4.1	Grundstrukturen .....	214
4.4.2	Netze der gebietskörperschaftlichen Verwaltung .....	219
4.4.3	Netze der touristischen Verbände .....	222
4.4.3.1	Aufgabenfelder .....	222
4.4.3.2	„Allgemeine“ touristische Verbände .....	223
4.4.3.3	„Spezielle“ touristische Verbände .....	226
4.4.4	Regelmäßige statistische Marktuntersuchungen .....	227
4.4.5	Fachmessen .....	231
4.4.6	Sonstige Marketing- und Werbenetzwerke .....	232
4.5	Zusammenfassung: Das räumlich-zeitliche System des Tourismus ..	232

5	Veränderungen im räumlich-zeitlichen System des Tourismus .....	241
5.1	Ursachen des Wandels .....	241
5.2	Produktzyklen von Urlaubsstilen .....	245
5.2.1	Hauptphasen .....	245
5.2.2	Räumlich-zeitliche Diffusionsprozesse .....	248
5.3	Wichtige Einflußfaktoren der Produktzyklen .....	252
5.3.1	Kultureller, sozialer und ökonomischer Wandel .....	252
5.3.1.1	Die „Erlebnisgesellschaft“ .....	252
5.3.1.2	Ein integriertes Konzept zum Wandel des Urlaubs- verhaltens .....	255
5.3.2	Verkehrs- und Transportsysteme .....	266
5.3.2.1	Die Evolution der Verkehrsnetze .....	266
5.3.2.2	Die Erschließung der Hochgebirge .....	273
5.3.2.3	Der internationale Flugverkehr .....	279
5.3.2.4	Kreuzfahrten .....	286
5.4	Die „Familien der Urlaubsstile“ .....	298
5.4.1	Übersicht .....	298
5.4.2	Ausgewählte Beispiele .....	305
5.4.2.1	Gesundheits- und Wellnesstourismus .....	305
5.4.2.2	Flußtourismus .....	311
5.5	Wachstumszyklen von Tourismusregionen .....	322
5.5.1	Das Zyklenmodell von R. W. BUTLER .....	322
5.5.2	Das ökonomische Wachstumsmodell von B. PRIDEAUX .....	326
5.5.3	Das „Broad Context Model“ von D. B. WEAVER .....	329
5.5.4	Komplexe Prozesse der touristischen Regionalentwicklung: Das Teilsystem der Tourismusregion .....	336
5.5.4.1	Wirkungsmodelle .....	336
5.5.4.2	Der Trend zur „Selbsterstörung“ von Tourismus- regionen im unkontrollierten Massentourismus .....	352
5.5.4.3	Die Zerstörung der spirituellen Umwelt .....	356
5.6	Zusammenfassung: Tourismuszyklen als Diffusionsprozesse von Urlaubswünschen und Urlaubsangeboten .....	359
6	Strukturen des Welttourismus .....	365
6.1	„Touristische Kontinente“ .....	365
6.2	„Touristische Großregionen“ .....	369
6.3	Reisen der Deutschen und US-Amerikaner in ausgewählte Länder ..	376
7	Planungsprozesse im Tourismus .....	380
7.1	Planungsebenen und Planungsmodell .....	380
7.2	Analysephase .....	380
7.3	Konzeptions- und Gestaltungsphase .....	386
7.4	Realisierungsphase und Angebotskontrolle .....	390

Literaturverzeichnis .....	394
Tabellenverzeichnis .....	413
Abbildungsverzeichnis .....	415
Kartenverzeichnis .....	418
Stichwortverzeichnis .....	419