

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 Urlaubserlebnis	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 Urlaubsverhaltens	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 Zyklusmodell 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 „Selbstzerstörung“ von Tourismusregionen 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