

Tourismus

Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie

von
Prof. Dr. Walter Freyer

11. überarbeitete und aktualisierte Auflage

De Gruyter Oldenbourg Berlin 2015

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de
ISBN 978 3 486 74194 0

Inhaltsverzeichnis

Vorworte — XV

Teil 1: Ausgangspunkte des Reisens — 1

- 1.0 Übersicht Teil 1 — 1
- 1.1 Vom „Reisen“ zum „Tourismus“ — 1
 - 1.1.1 Die Tourismus- oder Fremdenverkehrslehre — 1
 - 1.1.2 Die konstitutiven Elemente des Tourismus — 3
 - 1.1.3 Die statistische Abgrenzung des Tourismus — 6
 - 1.1.4 Exkurs: Tourismus, Touristik oder Fremdenverkehr? — 8
- 1.2 Entwicklung des Reisens — 10
 - 1.2.0 Vorbemerkung: Epochen des Tourismus — 10
 - 1.2.1 Die Vorphase (bis ca. 1850) — 12
 - 1.2.2 Die Anfangsphase (1850–1914) — 14
 - 1.2.3 Die Entwicklungsphase (1915–1945) — 16
 - 1.2.4 Die Hochphase (ab 1945) — 17
 - 1.2.5 Die Zukunft: Zwischen Stagnation und Expansion — 18
 - 1.3 „Boomfaktoren“ des Reisens — 23
 - 1.3.0 Vorbemerkung: Von „Boomfaktoren“ zu „Mega- und Zukunftstrends“ — 23
 - 1.3.1 Einkommen und Wohlstand — 25
 - 1.3.2 Urlaub, Freizeit, Wertewandel — 27
 - 1.3.3 Mobilität und Verkehr — 30
 - 1.3.4 Entwicklung des Kommunikationswesens — 33
 - 1.3.5 Ressourcenentwicklung im Quell- und Zielgebiet: Natur, Bevölkerung und Verstädterung — 35
 - 1.3.6 Entstehen und Ausbau einer globalen Tourismusindustrie — 38
 - 1.4 Das System Tourismus — 39
 - 1.4.0 Vorbemerkung: Modellbildung — 39
 - 1.4.1 Paradigmen einer Tourismuswissenschaft — 41
 - 1.4.2 Touristische Grundmodelle — 43
 - 1.4.3 Das ökonomische Tourismusmodell — 52
 - 1.4.4 Die Reise als Kernelement des Tourismus — 62
 - 1.4.5 Exkurs: Reisen in Freizeit und Arbeitszeit — 68
 - 1.5 Literaturhinweise und Internetlinks zu Teil 1 — 70
 - 1.6 Fragen zu Teil 1 — 71

Teil 2: Die Tourismusnachfrage — 73

- 2.0 Übersicht Teil 2 — **73**
- 2.1 Einflussfaktoren auf die Tourismusnachfrage — **74**
 - 2.1.0 Vorbemerkung — **74**
 - 2.1.1 Individuelle Einflüsse: Die Motive — **76**
 - 2.1.2 Gesellschaftliche Einflüsse — **90**
 - 2.1.3 Umwelteinflüsse — **91**
 - 2.1.4 Wirtschaftliche Einflüsse — **91**
 - 2.1.5 Anbieter-Einflüsse — **96**
 - 2.1.6 Staatliche Einflüsse — **97**
 - 2.1.7 Populärwissenschaftliche Begründungen für das Reisen: Warum reisen wir („Why Travel“)? — **98**
- 2.2 Typologisierung der Tourismusnachfrage — **99**
 - 2.2.0 Vorbemerkung — **99**
 - 2.2.1 Vom „Gast“ zum „Tourist“/der „Homo touristicus“ — **99**
 - 2.2.2 Nachfragegruppen, -arten und -formen — **100**
 - 2.2.3 Freizeit- oder Urlaubsreisende — **102**
 - 2.2.4 Geschäftsreisende — **107**
 - 2.2.5 Nicht-Reisende — **111**
- 2.3 Die Reiseentscheidung — **113**
 - 2.3.1 Entscheidungsprozesse allgemein — **113**
 - 2.3.2 Elemente der Reiseentscheidung — **114**
 - 2.3.3 Modelle und Theorien zur Reiseentscheidung — **118**
- 2.4 Struktur der bundesdeutschen Reisenachfrage — **122**
 - 2.4.0 Vorbemerkung — **122**
 - 2.4.1 Die Reiseintensität — **123**
 - 2.4.2 Die Reishäufigkeit — **125**
 - 2.4.3 Reiseziele — **125**
 - 2.4.4 Reiseverkehrsmittel — **126**
 - 2.4.5 Organisationsform der Reise — **127**
 - 2.4.6 Internet-Nutzung — **128**
 - 2.4.7 Die Reiseausgaben — **131**
 - 2.4.8 Zusammenfassung: Deutschland als Reiseland — **132**
- 2.5 Das Reiseverhalten der Europäer — **134**
- 2.6 Reisenachfrage weltweit — **137**
 - 2.6.1 Wer ist Reiseweltmeister? — **138**
 - 2.6.2 Beliebteste Reisedestinationen weltweit — **138**
 - 2.6.3 Veränderte Strukturen und Marktanteile bis 2030 — **139**
- 2.7 Literaturhinweise und Internetlinks zu Teil 2 — **140**
- 2.8 Fragen zu Teil 2 — **141**

Teil 3: Das Tourismusangebot	143
3.0	Übersicht Teil 3 — 143
3.1	Einflussfaktoren auf das touristische Angebot — 144
3.1.0	Vorbemerkung — 144
3.1.1	Gesellschaftliche Einflüsse — 145
3.1.2	Umwelteinflüsse — 146
3.1.3	Wirtschaftliche Einflussfaktoren — 146
3.1.4	Nachfrager-Einflüsse — 146
3.1.5	Staatliche Einflüsse — 147
3.1.6	Unternehmerische/Betriebliche Einflüsse — 147
3.2	Die Struktur des Angebotes: Produkte und Produzenten — 148
3.2.0	Übersicht Kapitel 3.2 — 148
3.2.1	Die Tourismuswirtschaft und ihre Produzenten — 148
3.2.2	Das „Produkt“ bzw. die „touristische Leistung“ — 157
3.2.3	Speziell: die Tourismuswirtschaft im engeren Sinne — 160
3.2.4	Wertschöpfung und Wertschöpfungsstufen in der Tourismuswirtschaft — 162
3.3	Das Beherbergungswesen — 164
3.3.0	Übersicht Kapitel 3.3 — 164
3.3.1	Das Produkt: die Beherbergungsleistung („Hospitality“) — 167
3.3.2	Die Struktur des Beherbergungswesens — 171
3.3.3	Die Beherbergungsbranche in Deutschland — 180
3.3.4	Der internationale Hotelmarkt — 183
3.3.5	Vertriebswege — 185
3.3.6	Literaturhinweise zu Kapitel 3.3 — 187
3.4	Touristisches Transportwesen — 187
3.4.0	Übersicht Kapitel 3.4 — 187
3.4.1	Grundlagen der touristischen Transportwirtschaft — 188
3.4.2	Touristischer Straßenverkehr — 196
3.4.3	Touristischer Luftverkehr — 213
3.4.4	Touristischer Schienenverkehr (Bahnverkehr) — 232
3.4.5	Touristischer Schiffsverkehr (Wasserverkehr) — 241
3.4.6	Literaturhinweise zu Kapitel 3.4 — 254
3.5	Reiseveranstalter — 255
3.5.0	Übersicht Kapitel 3.5 — 255
3.5.1	Merkmale von Reiseveranstaltern — 255
3.5.2	Das Produkt: die Pauschalreise — 258
3.5.3	Struktur der Reiseveranstalterbranche (Übersicht) — 264
3.5.4	Die Entwicklung der Reiseveranstalterbranche in Deutschland — 266
3.5.5	Die deutschen Großveranstalter zu Beginn des 3. Jahrtausends — 275

3.5.6	Vertriebswege: Die Reisemittler —	289
3.5.7	Exkurs: Die Haftung von Reiseveranstaltern und Reisebüros —	294
3.5.8	Europäische Reiseveranstalter —	297
3.5.9	Literaturhinweise zu Kapitel 3.5 und 3.6 —	298
3.6	Reisemittler —	299
3.6.1	Merkmale von Reisemittlern —	299
3.6.2	Abgrenzung Reiseveranstalter und Reisebüro —	300
3.6.3	Das „Produkt“: die Vermittlungsleistung —	302
3.6.4	Struktur der Reisebürobranche in Deutschland —	304
3.6.5	Entwicklung der Reisebürobranche in Deutschland —	308
3.6.6	Exkurs: Reisebüronutzung durch die Reisenden —	314
3.7	(Tourismus-)Destinationen —	318
3.7.1	Zum Begriff: vom Fremdenverkehrsort zur Tourismus-Destination —	319
3.7.2	Produkte und Produzenten in Tourismus-Destinationen —	321
3.7.3	Die Struktur von Destinationen (als touristische Anbieter) —	331
3.7.4	Gestaltung des touristischen Angebotes in Deutschland —	337
3.7.5	Heilbäder und Kurorte/Prädikatisierte Tourismusorte —	340
3.7.6	Literaturhinweise zu Kapitel 3.7 —	348
3.8	Informations-Technologien (IT) und Computer-Reservierungssysteme (CRS, GDS) im Tourismus —	348
3.8.0	Übersicht Kapitel 3.8 —	348
3.8.1	Vorbemerkung: Kurzcharakteristik —	349
3.8.2	Das Produkt —	353
3.8.3	Die Struktur der Systemanbieter —	354
3.8.4	Internet und Tourismus —	363
3.8.5	Ausblick: Informations-Technologien im Tourismus —	367
3.8.6	Literaturhinweise zu Kapitel 3.8 —	369
3.9	Literaturhinweise und Internetlinks zu Teil 3 —	369
3.10	Fragen zu Teil 3 —	370

Teil 4: Touristische Märkte — 373

4.0	Übersicht Teil 4 —	373
4.1	Marktanalyse allgemein —	374
4.1.1	Marktbetrachtung in der VWL —	374
4.1.2	Marktabgrenzung —	375
4.1.3	Marktformen —	377
4.1.4	Anhang: Das volkswirtschaftliche Marktmodell —	381
4.2	Touristische Märkte im Überblick —	385
4.2.1	Marktabgrenzung im Tourismus —	385
4.2.2	Modell der Tourismusmärkte —	386
4.2.3	Märkte aus Marketing-Sicht —	388

- 4.3 **Ausgewählte Tourismusmärkte in Deutschland — 389**
- 4.3.0 **Vorbemerkung — 389**
- 4.3.1 **Der Gesamtreisemarkt — 389**
- 4.3.2 **Der Reisemarkt der Reiseveranstalter (Pauschalreisemarkt) (M-1.3) — 392**
- 4.3.3 **Reisebüromarkt (M-1.4) — 393**
- 4.3.4 **Beherbergungsmarkt (M-1.1) — 394**
- 4.3.5 **Flugmarkt (M-1.2.2) — 397**
- 4.3.6 **SIT – Special-Interest-Märkte oder -Tourismus (SIT) — 398**
- 4.4 **Touristisches Marketing(-Management) — 400**
- 4.4.0 **Vorbemerkung: Marketing-Management im Tourismus — 400**
- 4.4.1 **Allgemeine Aspekte des Marketing-Managements — 401**
- 4.4.2 **Besonderheiten des touristischen Marketings — 404**
- 4.4.3 **Marketingschritte im Tourismus (Übersicht) — 411**
- 4.4.4 **Analysephase: Informations-Marketing — 411**
- 4.4.5 **Konzeptionsphase: Strategisches Marketing — 419**
- 4.4.6 **Gestaltungsphase: Taktisches Marketing (Marketing-Mix) — 430**
- 4.4.7 **Marketing-Implementierung: Realisierungs- und Kontrollphase — 444**
- 4.5 **Literaturhinweise und Internetlinks zu Teil 4 — 445**
- 4.6 **Fragen zu Teil 4 — 446**

- Teil 5: Tourismuspolitik — 449**
- 5.0 **Übersicht Teil 5 — 449**
- 5.1 **Tourismuspolitik – warum? — 451**
- 5.1.1 **(Tourismus-)Planung in marktwirtschaftlichen Systemen — 451**
- 5.1.2 **Tourismuspolitik und gesellschaftliches System sowie Entwicklungsstand — 452**
- 5.2 **Tourismuspolitik im Rahmen eines allgemeinen Tourismusmodells — 457**
- 5.2.1 **Tourismuspolitik als Policy-Mix, Querschnittsdisziplin oder Teil der Wirtschaftspolitik? — 457**
- 5.2.2 **Tourismuspolitische Konzepte — 459**
- 5.2.3 **Methode: Ziel-Mittel-Denken/-Ansatz — 465**
- 5.3 **Träger der Tourismuspolitik — 466**
- 5.3.1 **Grundlegende Strukturen — 466**
- 5.3.2 **Träger in der Bundesrepublik: Bund, Länder und Gemeinden sowie Verbände — 471**
- 5.4 **Ziele der Tourismuspolitik — 478**
- 5.4.0 **Zieldiskussion – allgemein — 478**
- 5.4.1 **Zielhierarchien und -ebenen — 478**
- 5.4.2 **Bereichsziele im Tourismus — 482**

- 5.4.3 Zielkonflikte: Tourismuspolitik im Spannungsfeld — **486**
- 5.4.4 Tourismusziele in der Bundesrepublik: das tourismuspolitische Grundsatzprogramm — **488**
- 5.5 **Tourismuspolitische Aufgaben und Mittel — 492**
- 5.5.1 Tourismuspolitische Aufgaben — **492**
- 5.5.2 Tourismuspolitische Instrumente im tourismuswissenschaftlichen Systemzusammenhang — **494**
- 5.5.3 Das tourismuspolitische Instrumentarium in der Bundesrepublik Deutschland — **497**
- 5.6 **Internationale Tourismuspolitik — 511**
- 5.6.1 Internationale Organisationen und Tourismuspolitik — **512**
- 5.6.2 Europäische Tourismuspolitik — **515**
- 5.7 Literaturhinweise und Internetlinks zu Teil 5 — **523**
- 5.8 Fragen zu Teil 5 — **524**

Teil 6: Bedeutung des Tourismus — 527

- 6.0 Übersicht Teil 6 — **527**
- 6.1 **Statistische Einschätzung — 529**
- 6.1.1 Vielfalt der Tourismusstatistiken — **529**
- 6.1.2 Internationale Tourismusstatistiken — **532**
- 6.1.3 Die Tourismusedichte — **535**
- 6.1.4 Übernachtungsstatistiken — **536**
- 6.1.5 Deutschland und der Welttourismus — **538**
- 6.2 **Ökonomische Einschätzung — 539**
- 6.2.0 Grundlagen der ökonomischen Bewertung — **539**
- 6.2.1 Reiseverkehr und Sozial- bzw. Inlandsprodukt — **544**
- 6.2.2 Reiseverkehr und Beschäftigung — **556**
- 6.2.3 Reiseverkehr und Preisniveau — **567**
- 6.2.4 Reiseverkehr und Außenwirtschaft — **570**
- 6.2.5 Reiseverkehr und Verteilung — **585**
- 6.2.6 Reiseverkehr und geringe Konzentration — **588**
- 6.3 **Sozio-kulturelle Beurteilung — 595**
- 6.3.0 Vorbemerkung — **595**
- 6.3.1 Akkulturation und Demonstrationseffekt — **597**
- 6.3.2 Tourismus und Sozialstruktur — **602**
- 6.3.3 Kultur und Tradition — **603**
- 6.3.4 Normen und Werte — **605**
- 6.3.5 Tourismus als Völkerverständigung? — **607**
- 6.3.6 Tourismus und Sicherheit — **610**
- 6.4 **Ökologische Beurteilung — 614**
- 6.4.0 Vorbemerkungen — **614**
- 6.4.1 Wechselwirkungen zwischen Tourismus und Umwelt — **615**

- 6.4.2 Positive ökologische Auswirkungen des Tourismus — 617
- 6.4.3 Negative ökologische Auswirkungen des Tourismus — 618
- 6.4.4 Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Tourismus — 621
- 6.4.5 Tourismus und Klimawandel — 624
- 6.4.6 Belastungsgrenzen und Besucherlenkung — 627
- 6.4.7 Maßnahmen umweltorientierten Handelns im Tourismus — 629
- 6.5 **Tourismuskritik — 634**
- 6.5.0 Vorbemerkung — 634
- 6.5.1 Die Kritiker — 635
- 6.5.2 Gegenstände der Kritik — 638
- 6.5.3 Sonderform: Alternativer Tourismus — 643
- 6.5.4 Vorschläge — 645
- 6.6 **Individuelle Beurteilung — 653**
- 6.6.1 Tourismus und individueller Nutzen — 654
- 6.6.2 Tourismus und Glück — 654
- 6.6.3 Individuelles Reisemotto — 658
- 6.7 Literaturhinweise und Internetlinks zu Teil 6 — 659
- 6.8 Fragen zu Teil 6 — 660

Literaturverzeichnis — 663

Abbildungsverzeichnis — 689

Stichwortverzeichnis — 697