

Andreas Kagermeier

Tourismus in Wirtschaft, Gesellschaft, Raum und Umwelt

2. Auflage



utb 4421



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag · Wien · Köln · Weimar
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto
facultas · Wien
Wilhelm Fink · Paderborn
Narr Francke Attempto Verlag / expert Verlag · Tübingen
Haupt Verlag · Bern
Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn
Mohr Siebeck · Tübingen
Ernst Reinhardt Verlag · München
Ferdinand Schöningh · Paderborn
transcript Verlag · Bielefeld
Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart
UVK Verlag · München
Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen
Waxmann · Münster · New York
wbv Publikation · Bielefeld

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825254520, 2020
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der \$[institutionUser.displayName] am Oktober 31, 2023 um 13:32:42 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.



Prof. Dr. Andreas Kagermeier lehrt Freizeit- und
Tourismusgeographie an der Universität Trier.

Andreas Kagermeier

Tourismus in Wirtschaft, Gesellschaft, Raum und Umwelt

Einführung

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

UVK Verlag · München

Umschlagabbildung: © sArhange1 | iStock

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage 2016 unter dem Titel „Tourismusgeographie: Einführung“
2. Auflage 2020

UVK Verlag

ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG

Dischingerweg 5 · 72070 Tübingen

Internet: www.uvk.de

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Internet: www.narr.de

eMail: info@narr.de

Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart

CPI books GmbH, Leck

UTB-Nr.: 4421

ISBN 978-3-8252-5452-0 (Print)

ISBN 978-3-8385-5452-5 (ePDF)

ISBN 978-3-8463-5452-0 (ePub)

Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage	9
1. Freizeit und Tourismus als transdisziplinäres Arbeits- und Forschungsfeld	13
1.1 Einordnung, Definitionen und Ansatzpunkte der geographischen Freizeit- und Tourismusforschung	14
1.1.1 Tourismus als multidimensionales Phänomen	14
1.1.2 Einordnung der tourismusgeographischen Herangehensweise	18
1.1.3 Einige Begriffsklärungen	21
1.2 Historische Entwicklungslinien und theoretische Konzepte .	28
1.2.1 Historische Entwicklungslinien	28
1.2.2 Theoretische Konzepte	33
2 Grundlagen Nachfrageseite	55
2.1 Quantitative Entwicklung des Volumens und der Orientierungen auf der Nachfrageseite	55
2.1.1 Boomfaktoren des Reisens	56
2.1.2 Nationale Nachfragekenngrößen	58
2.1.3 Internationale Nachfragekenngrößen	63
2.2 Zunehmende Ausdifferenzierung der Nachfrageseite	67
2.2.1 Reisemotive	67
2.2.2 Wertewandel in der Phase der Postmoderne	69
2.2.3 Flexible und hybride Nachfragemuster	71
2.3 Subjektive Rahmenbedingungen der Nachfrageseite und deren Messung	74
2.3.1 Der Reiseentscheidungsprozess	74
2.3.2 Das Einstellungsmodell	76
2.3.3 Das GAP-Modell	78
2.3.4 Basis-, Leistungs- und Begeisterungsfaktoren	80

3	Grundlagen Angebotsseite	89
3.1	Die touristische Leistungskette	89
3.1.1	Reiseveranstalter	91
3.1.2	Übernachtungsbetriebe	95
3.1.3	Verkehrsträger am Beispiel des Luftverkehrsmarktes . .	100
3.1.4	Reisevertrieb	110
3.2	Marketing im Tourismus	119
3.2.1	Grundlagen des Marketings im Tourismus	119
3.2.2	Grundsätzliche Herangehensweisen des (strategischen) Marketings	122
3.2.3	Markenbildung	132
3.2.4	Social-Media-Marketing	140
4	Marketing und Management von Destinationen	149
4.1	Der Begriff „Destination“	149
4.2	Grundprinzipien des Destinationsmanagement	153
4.3	Ansätze zur Steuerung von Destinationen	160
4.3.1	Vom Management zur Governance	162
4.3.2	Leadership-Ansätze im Kontext der Destinationsnetzwerkanalyse	165
4.4	Herausforderungen im Destinationsmanagement	167
4.4.1	Größenzuschnitte von DMOs	168
4.4.2	Finanzierung	170
4.4.3	Flexible Formen der Kooperation	177
5	Tourismus und Nachhaltigkeit	183
5.1	Grundlagen der Nachhaltigkeitsdiskussion im Tourismus . .	186
5.2	Klimawandel und Luftverkehr	190
5.3	Ansätze für ein Nachhaltigkeitsmanagement im Tourismus .	200
6	Deutschlandtourismus: Marktsegmente, Akteure und Produktentwicklung	207
6.1	Räumliche Grundmuster der touristischen Nachfrage	208
6.2	Akteure im Deutschlandtourismus	217
6.3	Städtetourismus – ein dynamisches Wachstumssegment . .	224
6.3.1	Städtetourismus: Versuch einer begrifflichen Fassung .	225

6.3.2	Quantitative Basisdaten zum Städtetourismus	227
6.3.3	Dynamik von qualitativen Veränderungen im Städtetourismus	231
6.4	Wander- und Fahrradtourismus – Die Wiederentdeckung der aktiven Langsamkeit	242
6.4.1	Der neue Wanderer und die Redynamisierung des Wandertourismus	243
6.4.2	Fahrradtourismus: Stagnation oder Diversifizierung . .	247
6.5	Wellness-Tourismus: Hoffnungsträger und Wachstumsbringer?	265
7	Ausgewählte Aspekte des internationalen Tourismus	275
7.1	Grundlagen des internationalen Tourismus	276
7.2	Tourismus im Mittelmeerraum	280
7.2.1	Grundstrukturen des Tourismus im Mittelmeerraum . .	281
7.2.2	Grenzen des Wachstums und Diversifizierungsansätze auf Mallorca	285
7.2.3	Zypern als Beispiel für die Notwendigkeit neuer Steuerungsansätze	298
7.3	Tourismus und Entwicklungsländer	319
7.3.1	Grundsätzliche Aspekte des Entwicklungsländertourismus	325
7.3.2	Lösungsansätze	346
7.3.3	Governance und Performance am Beispiel Kenia	354
8	Perspektiven und Ausblick	375
	Literaturverzeichnis	389
	Register	409
	Abbildungsverzeichnis	415
	Tabellenverzeichnis	429

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825254520, 2020
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der \$[institutionUser.displayName] am Oktober 31, 2023 um 13:32:42 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Vorwort zur 2. Auflage

Tourismus ist nicht nur auf dem Weg, eine der Leitökonomien des 21. Jahrhunderts zu werden, sondern auch ein vielschichtiges Phänomen, das in den letzten Jahrzehnten zum Gegenstand unterschiedlichster Disziplinen geworden ist. Dieses Studienbuch widmet sich dem Tourismus als kultureller Praxis aus dem Blickwinkel der (Human-)Geographie. Damit wird ein Ansatz verfolgt, der einerseits aus sozialwissenschaftlicher Sicht die handelnden Akteure in den Mittelpunkt stellt, und andererseits die Tourismuswirtschaft integriert in den übergeordneten Kontext der gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen behandelt. Mit der raumwissenschaftlichen Grundorientierung ist auch verbunden, dass der Blickwinkel stärker auf den Destinationskontext als auf einzelbetriebliche Aspekte gerichtet ist. Die tourismusgeographische Herangehensweise an das Phänomen Tourismus als anwendungsorientierte Disziplin in kompakter und verständlicher Form darzustellen ist das Ziel dieses Studienbuches.

Mit dem Ziel einer kompakten Darstellung verbunden ist, dass eine Vielzahl von Facetten und Detailspekte nur gestreift und angedeutet werden können. Damit will das Buch auch neugierig machen auf die darüberhinausgehende, vertiefende Einarbeitung in dieses Themenfeld.

Der Fokus liegt weniger auf einer Vielzahl von tagesaktuellen – und damit auch bald wieder überholten – Zahlen; diese sind im Zeitalter des Internets dort besser abrufbar. Vielmehr ist die Intention, die Grundprinzipien und grundlegenden Entwicklungslinien kompakt und so verständlich darzustellen, dass Studierende zu Beginn des Studiums die zentralen Konturen des Faches nachvollziehen können. Die – notgedrungen nur selektive – Erwähnung von Beispielen dient weniger der idiographischen Vorstellung, sondern die Auswahl wurde immer auch vor dem Hintergrund getroffen, allgemeinere, grundsätzlichere Entwicklungen und Zusammenhänge an konkreten Einzelfällen fest zu machen. Die exemplarische Veranschaulichung, nicht die umfassende kompilatorische Darstellung ist damit das zentrale Leitmotiv. Bei einer zu treffenden Auswahl muss unvermeidlich vieles an Themenbereichen und regionalen Spezifika unberücksichtigt bleiben.

Damit handelt es sich mit dem vorliegenden Band explizit nicht um eine „Reiseverkehrsgeographie“ mit systematischer länderkundlicher Darstel-

lung einzelner Destinationen. Der Band fokussiert auch nicht primär auf reine Standortfragen – wie z. B. derjenigen, wo in einer Stadt ein Hotel sinnvollerweise zu bauen wäre. Vielmehr wird ein geographischer Blickwinkel auf Akteure, Rahmenbedingungen und Strukturen gerichtet. Entsprechend dem humangeographischen Grundverständnis wird versucht, das Handeln der einzelnen Akteure eingebettet in übergeordnete Bezüge darzustellen.

Die Abbildungen sollen dabei nicht nur der simplen Illustration und Veranschaulichung dienen. Sie sind oftmals auch für ergänzende Details und ein vertiefendes Verständnis gedacht, das teilweise über den kompakten Text hinausführt.

Die Inhalte des Bandes stellen eine Erweiterung der Erstsemestervorlesung für Bachelor „Einführung in die Tourismusgeographie“ an der Universität Trier dar. Dementsprechend wendet sich der Band vor allem an Geographiestudierende in der ersten Hälfte des Bachelorstudiums. Dabei besteht eine gewisse Zweiteilung.

Der erste Teil ist mehr auf die Darstellung der Grundlagen des Tourismus aus tourismusgeographischer Perspektive gewidmet. Das Ziel ist es, die grundlegenden Begriffe und Elemente des Systems Tourismus sowie die zentralen Konzepte und Herangehensweisen der Tourismuswissenschaften für Geographiestudierende aus geographischem Blickwinkel aufzubereiten. Damit kann dieser erste Teil auch anderen, an den Grundprinzipien des Tourismus Interessierten einen kompakten Überblick bieten.

Der zweite Teil ist dann stärker auf spezifische tourismusgeographische Herangehensweisen bei der Destinationsanalyse ausgerichtet. Dort finden vor allem auch diejenigen, die einen Einblick in die destinations- und akteursorientierten Ansätze und Herangehensweisen der Tourismusgeographie gewinnen möchten, eine kompakte Darstellung mit exemplarischen Fallbeispielen.

Beim Verfassen eines solchen Studienbuches besteht die Herausforderung in der Kunst des Weglassens, ohne dadurch die zentralen Argumentationsrichtungen und Inhalte zu sehr zu verkürzen. Bei der Lektüre besteht demgegenüber die Herausforderung an die Leserinnen und Leser auch darin, trotz der kompakten, scheinbar runden Darstellung zu erkennen, dass es sich lediglich um einen ersten Einstieg in viele Themen handelt, die hier angerissen werden und sich dementsprechend auf die über eine Einführung hinausgehende Vertiefung der Themen mit ihren vielschichtigen Facetten einzulassen. Um das Einlassen auf eine vertiefende und differenziertere

Auseinandersetzung mit den Themen zu erleichtern, sind am Ende der einzelnen Kapitel jeweils weiterführende Literaturhinweise aufgeführt. Dabei wurde insbesondere auch versucht, auf leicht im Internet zugängliche Quellen abzuheben, um die eigenständige weitergehende Auseinandersetzung mit den Einzelthemen zu ermöglichen.

Neben Aktualisierungen von Daten und Abbildungen wurde vor dem Hintergrund der aktuellen Diskussion der Aspekt Luftverkehr und Klimawandel etwas erweitert sowie das Overtourism-Phänomen neu aufgenommen.

Freising, im Frühjahr 2020

Andreas Kagermeier

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825254520, 2020
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der \$[institutionUser.displayName] am Oktober 31, 2023 um 13:32:42 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.