


HORST W. OPASCHOWSKI

Das gekaufte Paradies

Tourismus im 21. Jahrhundert

Eine Edition der
B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut GmbH
Hamburg 2001



Inhalt

Vorwort	
Willkommen - im gekauften Paradies!	6
Der pauschale Tourist	
Klischee und Wirklichkeit.	10
»Die Reiselust ist ungebrochen«	
Erfolgsformel seit dreißig Jahren	10
Der Wunsch: Touristen als Botschafter	12
Die Wirklichkeit: Einheimische als Statisten	13
Das Elend der Tourismuskritik	14
»I'm not a tourist«. Touristen sind wir alle	16
Tourismuskritik als Gesellschaftskritik.	17
Die vier Phasen der Tourismuskritik	19
Folgewirkungen des Tourismus:	
Im Streit der Meinungen und Expertisen	21
Tourismus zwischen Segen und Fluch:	
Die Bevölkerung zieht Bilanz	24
Der Tourist ist besser als sein Ruf.	
Die Welt wäre ohne Tourismus ärmer	30
Jeder sein eigener Reiseunternehmer!	
Typologie der Urlaubsreisenden	33
Pauschal - und doch »ganz individuell«.	
Vermeintliche Widersprüche lösen sich auf	36
Umwelt, Mobilität und Tourismus	
Im Zeitvergleich der 80er und 90er Jahre.	42
Abschied vom »Sanften Tourismus«	42
Mobilität ohne Grenzen?	49
Die sieben Umweltsünden von Freizeit und Tourismus	57
Wege zu umweltschonendem Freizeit- und Urlaubsverhalten	71
Umweltethik im Tourismus	77
Events im Tourismus	
Motive, Ursachen und Erfolgsfaktoren.	84
Der Trend zum Event	84
Event-Tourismus: Erlebnismobilität der besonderen Art	86
Immer auf Achse: Zwischen Olympia und Verona	88
Sport-, Kultur- und Städtereisen: Ein Überblick	91
Sporttourismus: Zwischen Winter- und Wassersport	92

Kulturtourismus: Zwischen Musical und Festival	95
Städtetourismus: Zwischen Berlin und Paris	99
Qualität im Tourismus	
Erwartungen, Angebote und Realität.	106
Qualität im Tourismus: Was heißt das eigentlich?	106
Wunschvorstellung: In Atmosphäre baden	108
Handel mit Lebensfreude: Service für das Wohlbefinden	109
Qualitätsurlaub: Einen Mehrwert bieten	112
Qualitätskriterien: Der Gast setzt die Maßstäbe	114
Ferienqualität im Test: Idealwert und Realwert	116
Sauberkeit. Gemütlichkeit. Freundlichkeit: Ferienregionen im Urteil der Urlauber	119
Qualitätsverbesserung: Praktische Empfehlungen für die Branche	123
Ausblick: Qualität hat ihren Preis und ihre Wirkung	126
Tourismus im 21. Jahrhundert	
Der Traum vom guten Leben.	
Suche nach dem Paradies auf Erden.	130
Zwischen Nepal und Hawaii. Wo wir in Zukunft Urlaub machen	132
»Alles« ist möglich! Wie wir in Zukunft Urlaub machen	134
Überall und nirgendwo. Die »Neuen Nomaden« von morgen	143
Urlaubs-Klassiker. Traditionelle Urlaubsformen sterben nicht aus	145
Zunahme des organisierten Tourismus. Individualreisen immer weniger gefragt	147
Sauberkeit. Gemütlichkeit. Erreichbarkeit. Zukunftschancen des Inlandstourismus	148
Reisemüdigkeit oder Verweigerung? Die älter werdende Gesellschaft als Herausforderung der Touristikbranche	151
Urlaubs-Zukünfte	152
Anhang	
Untersuchungsansatz und Dokumentation.	156
Zur Methode der Untersuchung	156
Tabellenanhang	159
Grundlagenliteratur	166