

Thomas Bieger

Tourismuslehre

Ein Grundriss

Haupt Verlag
Bern -Stuttgart Wien

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	13
Abkürzungsverzeichnis.....	18
1. Einführung - eine handlungsorientierte Grundlage	
für Theorie und Praxis.....	19
1.1. Ziel und Inhalt des Buches.....	19
1.2. Aufbau des Buches.....	24
1.3. Wissenschaftliche Methoden der Tourismusforschung und des Tourismusmanagements.....	25
2. Das Phänomen Tourismus.....	33
2.1. Definition und Abgrenzung des Phänomens Tourismus.....	33
2.1.1. Angebotsseitige und nachfrageseitige Definitionen.....	33
2.1.2. Tourismusbegriff.....	35
2.1.3. Daten zum Phänomen Tourismus.....	38
2.2. Tourismus als Wissenschaft.....	44
2.3. Historische Entwicklung des Tourismus.....	47
2.4. Forschungsfall: Tourismus-Satellitenkonto: Impact Messung am Beispiel Österreich (<i>E. Smeral</i>).....	52
2.4.1. TSA - Einführender Überblick.....	52
2.4.2. Konzept.....	53
2.4.3. Ökonomische Implikationen des Tourismus-Satellitenkontos.....	53
2.4.4. Definition der Tourismusnachfrage.....	54
2.4.5. Der Zusammenhang zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten.....	59
2.4.6. Ergebnisse.....	60
2.4.7. Repetitionsfragen.....	66
3. Tourismus als System.....	67
3.1. Grundkonfiguration eines Tourismussystems.....	67
3.2. Dynamik in einem Tourismussystem.....	69

3.3.	Grundlagen der neueren Systemtheorie.....	74
3.3.1.	Komplexitätsbewältigung in Systemen.....	78
3.3.2.	Lebensfähigkeit von Systemen.....	80
3.4.	Tourismus als selbstreferentielles System.....	83
3.4.1.	Grundkonfiguration.....	83
3.4.2.	Die dynamische Aktivität.....	85
3.5.	Ansätze für die Gestaltung des Wandels von Tourismussystemen.....	88
3.6.	Forschungsfall: Analyse der Triebkräfte des Wandels im Wintersport-Geschäft (<i>Th. Bieger</i>).....	92
3.6.1.	Fall.....	92
3.6.2.	Repetitionsfragen.....	94
4.	Teilsystem Nachfrage.....	95
4.1.	Definition und Strukturierung der touristischen Nachfrage.....	95
4.2.	Nachfragesystem.....	97
4.3.	Der Reiseentscheidungsprozess.....	101
4.4.	Erfassung der Nachfrage.....	112
4.4.1.	Tourismusstatistiken.....	112
4.4.2.	Wettbewerbsanalyse als Erklärung für die Entwicklung von Tourismusströmen.....	116
4.4.3.	Marktforschung im Tourismus.....	119
4.5.	Transformation der Nachfrage - quantitative und qualitative Trends.....	121
4.6.	Marktsegmentierung.....	125
4.7.	Forschungsfall: Tourismusmasterplan Kärnten (<i>M. Fontanari & B. Hallerbach</i>).....	127
4.7.1.	Einleitung.....	127
4.7.2.	Touristische Ausgangssituation.....	129
4.7.3.	Zielgruppen.....	132
4.7.4.	Themenmarketing.....	135
4.7.5.	Kärntens Marktpositionierung.....	137
4.7.6.	Touristische Ankerpunkte.....	138
4.7.7.	Repetitionsfragen.....	139
5.	Teilsystem Destination.....	141
5.1.	Destination als Wettbewerbseinheit im Tourismus.....	141
5.2.	Grundkonfiguration des Systems Destination.....	151

5.3.	Destinationen als virtuelle Unternehmen - Geschäftsmodelle für Destinationen.....	155
5.3.1.	Fallbeispiel zentral geführter Ort: Intrawest-Whistler.....	159
5.3.2.	Fallstudie Disentis: Dezentral geführter Ort.....	160
5.3.3.	Koordinationsmodelle von Destinationen.....	164
5.3.4.	Kooperative Tourismusorganisationen.....	168
5.3.5.	Transformation von Destinationen.....	171
5.4.	Planungskonzepte auf Destinationsebene.....	174
5.5.	Angebotsэлеmente im Destinationsnetzwerk.....	181
5.5.1.	Beherbergungsbetriebe.....	182
5.5.2.	Beschäftigungsbetriebe/Unterhaltungsbetriebe.....	186
5.5.3.	Natur, Kultur und lokale Wirtschaft als Co-Produzenten.....	187
5.6.	Forschungsfall: Innovative Positionierungsstrategien für die Stadt Überlingen - Strategische Positionierung und Wettbewerbsanalyse einer Destination (<i>H. Graf</i>).....	190
5.6.1.	Der Bodensee als Reiseziel.....	190
5.6.2.	Entwicklung der Stadt Überlingen.....	190
5.6.3.	Ziele der Stadt Überlingen.....	191
5.6.4.	Neue Positionierung der Stadt Überlingen.....	192
5.6.5.	Geografischer Fokus.....	194
5.6.6.	Generelle Erkenntnisse.....	194
5.6.7.	Repetitionsfragen.....	194
6.	Teilsystem Reisemittlung.....	195
6.1.	Definition und Funktionen.....	195
6.2.	Grundkonfiguration des Systems Reisemittlung.....	198
6.3.	Transformation des Systems Reisemittlung - Mediation und Disintermediation.....	201
6.3.1.	Horizontale und vertikale Integration.....	202
6.3.2.	Eintritt neuer Anbieter.....	204
6.3.3.	Wettbewerb der technologischen Systeme.....	204
6.4.	Leistungselemente der Reisemittlung.....	205
6.5.	Forschungsfall: Zukunftsperspektiven für Reisebüros am Fallbeispiel Deutschland - Szenarienstudie (<i>Th. Döring & P. Speyer</i>).....	207
6.5.1.	Die Reisevertriebslandschaft in Deutschland.....	207
6.5.2.	Das Angebot der Thomas Cook AG.....	208

6.5.3.	Die Thomas Cook Bindungspyramide.....	209
6.5.4.	Fazit und Ausblick.....	210
6.5.5.	Repetitionsfragen.....	211
7.	Teilsystem Verkehr	213
7.1.	Definition und Arten des Verkehrs.....	213
7.2.	Verkehrssysteme.....	214
7.3.	Leistungselemente der Verkehrssysteme.....	219
7.4.	Geschäftsmodelle im Flugverkehr.....	223
7.5.	Forschungsfall: Entscheidungsverhalten von Schweizern bei der Verkehrsmittelwahl im Fernverkehr - Situationsansatz/Kontingenzanalyse (<i>Ch. Laesser</i>).....	227
7.5.1.	Einleitung.....	227
7.5.2.	Operationalisierung.....	228
7.5.2.1.	<i>Fall „Bern“</i>	229
7.5.2.2.	<i>Fall „Paris“</i>	230
7.5.3.	Resultate.....	231
7.5.3.2.	<i>Fall „Bern“</i>	231
7.5.3.2.	<i>Fall „Paris“</i>	233
7.5.3.3.	<i>Vergleichende Betrachtung</i>	233
7.5.4.	Tradeoff Gesamtkosten - Reisezeit.....	234
7.5.5.	Einfluss der Prädisposition auf den situativen Entscheid.....	235
7.5.6.	Resultate der Kontingenzanalyse.....	236
7.6.	Gesamtbetrachtung.....	238
7.7.	Repetitionsfragen.....	240
8.	Das Umfeldsystem	241
8.1.	Definition und Abgrenzung.....	241
8.2.	Tourismus und gesellschaftliche Umwelt.....	243
8.3.	Tourismus und wirtschaftliche Umwelt.....	250
8.3.1.	Intangible Effekte.....	251
8.3.2.	Tangible Effekte.....	255
8.3.3.	Berechnung der wirtschaftlichen Effekte.....	259
8.3.4.	Die Rolle des Staates.....	262
8.4.	Tourismus und natürliche Umwelt.....	263
8.5.	Forschungsfall: Die Ski-WM in St. Moritz 2003 - Wechselwirkungen am Beispiel eines Megaevents (<i>J. Johnsen</i>).....	273

8.5.1.	Ausgangssituation.....	273
8.5.2.	Problemstellung (Untersuchung der Nachhaltigkeit: ökologisch, ökonomisch, soziokulturell).....	273
8.5.3.	Vorgehen.....	275
8.5.4.	Ergebnis.....	277
8.5.5.	Repetitionsfragen.....	278
9.	Nachhaltigkeit und deren Gestaltung.....	279
9.1.	Das Konzept der Nachhaltigkeit.....	279
9.2.	Indikatoren(systeme) der Nachhaltigkeit.....	285
9.3.	Tourismuspolitische Konzepte.....	289
9.3.1.	Zielsetzungen.....	289
9.3.2.	Akteure.....	292
9.3.3.	Instrumente.....	293
9.4.	Legitimation und Perspektiven der Tourismuspolitik.....	294
9.4.1.	Legitimation der Tourismuspolitik im Wandel.....	295
9.4.2.	Neuere Legitimationsansätze.....	299
9.5.	Eckwerte einer neuen Tourismuspolitik.....	301
9.6.	Akteure des internationalen Systems.....	303
9.7.	Forschungsfall: Die schweizerische Tourismuspolitik - Möglichkeiten und Grenzen konzeptioneller Tourismuspolitik auf nationaler Ebene (<i>P. Keller</i>).....	307
9.7.1.	Tourismuspolitik als Querschnittaufgabe.....	307
9.7.2.	Wechselnde tourismuspolitische Paradigmen.....	308
9.7.3.	Tourismusförderung unter Bedingungen des unvollkommenen Wettbewerbs.....	309
9.7.4.	Neue wachstumsorientierte Tourismuspolitik.....	311
9.7.5.	Repetitionsfragen.....	312

Anhang 1: Eine Auswahl an höheren Fachschulen und
Fachhochschulen für Tourismus.....313

Anhang 2: Standard international Classification of
Tourism Activities (SICTA).....315

Literaturverzeichnis.....319

Stichwortverzeichnis.....341

Verzeichnis der Autoren.....347