

utb.

Andreas Kagermeier

Tourismus- geographie



Andreas Kagermeier

Tourismusgeographie

Einführung

UVK Verlagsgesellschaft mbH · Konstanz
mit UVK/Lucius · München

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

Onlineangebote oder elektronische Ausgaben sind erhältlich unter www.utb-shop.de.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

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

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

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München 2016

Lektorat: Rainer Berger

Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart

Cover-Illustration: © iStockphoto / mashuk

Weitere Bildquellen: © fotolia.com, photoallery (in Abb. 82); © fotolia.com, lenka (in Abb. 51)

Druck und Bindung: Pustet, Regensburg

UVK Verlagsgesellschaft mbH Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz

Tel. 07531-9053-0 · Fax 07531-9053-98

www.uvk.de

UTB-Nr. 4421

ISBN 978-3-8252-4421-7

Vorwort

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 darüber hinausgehende, 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 länderkundliche Darstellung 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 humangeographi-

schen 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 hinaus führt.

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.

Inhalt

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Vorwort | 5 |
| Abbildungsverzeichnis | 11 |
| Tabellenverzeichnis | 17 |
| 1 Freizeit und Tourismus als transdisziplinäres Arbeits- und Forschungsfeld | 19 |
| 1.1 Einordnung, Definitionen und Ansatzpunkte der geographischen Freizeit- und Tourismusforschung | 20 |
| 1.1.1 Tourismus als multidimensionales Phänomen | 20 |
| 1.1.2 Einordnung der tourismusgeographischen Herangehensweise | 24 |
| 1.1.3 Einige Begriffsklärungen | 26 |
| 1.2 Historische Entwicklungslinien und theoretische Konzepte | 32 |
| 1.2.1 Historische Entwicklungslinien | 32 |
| 1.2.2 Theoretische Konzepte | 37 |
| 1.2.2.1 Standort-/Destinationsbezogene Konzepte | 38 |
| 1.2.2.2 Nachfragebezogene Konzepte | 44 |
| 2 Grundlagen Nachfrageseite | 57 |
| 2.1 Quantitative Entwicklung des Volumens und der Orientierungen auf der Nachfrageseite | 57 |
| 2.1.1 Boomfaktoren des Reisen | 58 |
| 2.1.2 Nationale Nachfragekenngrößen | 59 |
| 2.1.3 Internationale Nachfragekenngrößen | 64 |
| 2.2 Zunehmende Ausdifferenzierung der Nachfrageseite | 68 |
| 2.2.1 Reisemotive | 68 |
| 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..... | 79 |
| 3 | Grundlagen Angebotsseite | 87 |
| 3.1 | Die touristische Leistungskette | 87 |
| 3.1.1 | Reiseveranstalter | 88 |
| 3.1.2 | Übernachtungsbetriebe..... | 92 |
| 3.1.3 | Verkehrsträger am Beispiel des Luftverkehrsmarktes | 96 |
| 3.1.4 | Reisevertrieb | 105 |
| 3.2 | Marketing im Tourismus | 113 |
| 3.2.1 | Grundlagen des Marketings im Tourismus | 113 |
| 3.2.2 | Grundsätzliche Herangehensweisen des (strategischen) Marketings | 116 |
| 3.2.3 | Markenbildung | 125 |
| 3.2.4 | Social Media Marketing..... | 132 |
| 4 | Marketing und Management von Destinationen | 139 |
| 4.1 | Der Begriff „Destination“..... | 139 |
| 4.2 | Grundprinzipien des Destinationsmanagement | 142 |
| 4.3 | Ansätze zur Steuerung von Destinationen | 148 |
| 4.3.1 | Vom Management zur Governance | 149 |
| 4.3.2 | Leadership-Ansätze im Kontext der Destinationsnetzwerkanalyse ... | 152 |
| 4.4 | Herausforderungen im Destinationsmanagement..... | 154 |
| 4.4.1 | Größenzuschnitte von DMOs | 154 |
| 4.4.2 | Finanzierung..... | 156 |
| 4.4.3 | Flexible Formen der Kooperation | 163 |
| 5 | Tourismus und Nachhaltigkeit | 169 |
| 5.1 | Grundlagen der Nachhaltigkeitsdiskussion im Tourismus..... | 171 |
| 5.2 | Klimawandel und Luftverkehr | 175 |
| 5.3 | Ansätze für ein Nachhaltigkeitsmanagements im Tourismus | 182 |

| | | |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6 | Deutschlandtourismus: Marktsegmente, Akteure und Produktentwicklung | 191 |
| 6.1 | Räumliche Grundmuster der touristischen Nachfrage..... | 192 |
| 6.2 | Akteure im Deutschlandtourismus..... | 198 |
| 6.3 | Städtetourismus – ein dynamisches Wachstumssegment..... | 205 |
| 6.3.1 | Städtetourismus: Versuch einer begrifflichen Fassung..... | 206 |
| 6.3.2 | Quantitative Basisdaten zum Städtetourismus..... | 208 |
| 6.3.3 | Dynamik von qualitativen Veränderungen im Städtetourismus..... | 210 |
| 6.4 | Wander- und Fahrradtourismus – Die Wiederentdeckung der aktiven Langsamkeit..... | 219 |
| 6.4.1 | Der neue Wanderer und die Redynamisierung des Wandertourismus..... | 220 |
| 6.4.2 | Fahrradtourismus: Stagnation oder Diversifizierung..... | 224 |
| 6.5 | Wellness-Tourismus: Hoffnungsträger und Wachstumsbringer?..... | 239 |
| 7 | Ausgewählte Aspekte des internationalen Tourismus | 247 |
| 7.1 | Grundlagen internationaler Tourismus..... | 248 |
| 7.2 | Tourismus im Mittelmeerraum..... | 252 |
| 7.2.1 | Grundstrukturen des Tourismus im Mittelmeerraum..... | 252 |
| 7.2.2 | Grenzen des Wachstums und Diversifizierungsansätze auf Mallorca..... | 256 |
| 7.2.3 | Zypern als Beispiel für die Notwendigkeit neuer Steuerungsansätze..... | 266 |
| 7.2.4 | Erschließung neuer Destinationen in Marokko..... | 272 |
| 7.3 | Tourismus und Entwicklungsländer..... | 285 |
| 7.3.1 | Grundsätzliche Aspekte des Entwicklungsländertourismus..... | 289 |
| 7.3.2 | Lösungsansätze..... | 308 |
| 7.3.3 | Governance und Performance am Beispiel Kenia..... | 315 |
| 8 | Perspektiven und Ausblick | 333 |
| | Literaturverzeichnis | 345 |
| | Index | 365 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abb. 1 | Freizeit und Tourismus als interdependente Phänomene | 21 |
| Abb. 2 | Differenzierung von Tourismus für statistische Zwecke | 28 |
| Abb. 3 | Unterschiedliche Freiheitsgrade bei Dispositions-, Obligations- und Determinationszeit | 31 |
| Abb. 4 | Idealschema einer Nachfragekurve | 38 |
| Abb. 5 | Idealschema des Systems der Zentralen Orte | 39 |
| Abb. 6 | Schema der Ausbildung von Linkage-Effekten bei der touristischen Erschließung von Peripherregionen | 41 |
| Abb. 7 | Grundprinzip des Destinationslebenszyklus | 42 |
| Abb. 8 | Entwicklung der Zahl der Multiplexkinos in Deutschland von 1990 bis 2005 | 43 |
| Abb. 9 | Bedürfnispyramide nach MASLOW und Entsprechungen im Tourismus | 45 |
| Abb. 10 | Spaß- und Funktionsorientierung bei Verkehrsmittelwahl in der Freizeit für unterschiedliche Freizeitstilgruppen | 49 |
| Abb. 11 | Dimensionen der erlebnisorientierten Besucheransprache nach PINE & GILMORE | 52 |
| Abb. 12 | Flow als Ausgewogenheit von Anforderungen und Fähigkeiten | 53 |
| Abb. 13 | Synopse der zentralen Dimensionen von Erlebnispergenierung im touristischen Kontext | 54 |
| Abb. 14 | Reallohnentwicklung in der Bundesrepublik Deutschland seit 1950 .. | 58 |
| Abb. 15 | Entwicklung der Zahl der zugelassenen PKW in der Bundesrepublik Deutschland seit 1950..... | 59 |
| Abb. 16 | Entwicklung der Reiseintensität in der Bundesrepublik Deutschland seit 1955 | 61 |
| Abb. 17 | Entwicklung der Anteile von Reisen im Inland und ins Ausland in der Bundesrepublik Deutschland seit 1955 | 62 |
| Abb. 18 | Entwicklung der Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen seit 1954 | 64 |
| Abb. 19 | Entwicklung der internationalen Ankünfte seit 1950 nach UNWTO-Reisegebieten | 65 |
| Abb. 20 | Quellmärkte im internationalen Tourismus 2013 | 66 |
| Abb. 21 | Reisezwecke im internationalen Tourismus 2013 | 67 |

| | | |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abb. 22 | Entwicklung der gesellschaftlichen Leitwerte | 71 |
| Abb. 23 | Bevölkerungspyramide Deutschland 2010 und 2050 | 73 |
| Abb. 24 | Phasen des Reiseentscheidungsprozesses | 75 |
| Abb. 25 | Das neobehavioristische Konstrukt Einstellung | 77 |
| Abb. 26 | Das GAP-Modell | 78 |
| Abb. 27 | Basis- Leistungs- und Begeisterungsfaktoren und deren Einfluss auf die Kundenzufriedenheit | 81 |
| Abb. 28 | Importance Grid | 82 |
| Abb. 29 | Beispiel für das Ergebnis eines Importance Grid | 82 |
| Abb. 30 | Kundenorientierte Ansätze zur Messung von Zufriedenheit | 84 |
| Abb. 31 | Die touristische Leistungskette | 88 |
| Abb. 32 | Der deutsche Veranstaltermarkt: Umsatzanteile 2014 | 90 |
| Abb. 33 | Entwicklung des Anteils organisierter Urlaubsreisen und von Individualreisen seit 1970 | 91 |
| Abb. 34 | Betriebsarten im Beherbergungswesen | 92 |
| Abb. 35 | Wichtigkeit von Aspekten bei der Verkehrsmittelwahl in der Freizeit | 96 |
| Abb. 36 | Grundprinzip von „Hub and Spoke“ sowie „Point to Point“ Verbindungen | 98 |
| Abb. 37 | Typologie der Zielgruppen von Airlines | 98 |
| Abb. 38 | Das Geschäftsmodell der Low Cost Airlines | 100 |
| Abb. 39 | Passagiere auf deutschen Flughäfen 2014 und LCC-Anteil | 102 |
| Abb. 40 | Wettbewerbsstrukturen im europäischen Luftverkehrsmarkt | 104 |
| Abb. 41 | Mischformen zwischen Reiseveranstaltern und Reisemittlern | 105 |
| Abb. 42 | Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2014 | 107 |
| Abb. 43 | Entwicklung der Internetnutzung für Information über und Buchung von Reisen | 108 |
| Abb. 44 | Conversion Rate bei unterschiedlichen Buchungsbereichen im Internet | 109 |
| Abb. 45 | Onlinebuchungsanteil nach Urlaubsart | 110 |
| Abb. 46 | Gründe für Onlinebuchung im Internet im Internet | 111 |
| Abb. 47 | Gründe gegen Onlinebuchung im Internet im Internet | 112 |
| Abb. 48 | Ausgangssituation strategisches Marketing | 116 |

| | | |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abb. 49 | Grundsätzliche Ansätze zur Strategieentwicklung im strategischen Marketing | 117 |
| Abb. 50 | Muster einer SWOT-Darstellung | 119 |
| Abb. 51 | Klassische Portfoliomatrix | 119 |
| Abb. 52 | Wettbewerbsbezogene Grundstrategien nach PORTER | 122 |
| Abb. 53 | Produkt-Markt-Matrix nach ANSOFF | 123 |
| Abb. 54 | Funktionen von Marken | 125 |
| Abb. 55 | Marken deutscher Landesmarketingorganisationen | 128 |
| Abb. 56 | Wortbildmarken der Tourismusregionen in Rheinland-Pfalz sowie des Lahntals..... | 130 |
| Abb. 57 | Wortbildmarken der 4 zentralen touristischen Handlungsfelder in Rheinland-Pfalz nach der Tourismusstrategie 2015 | 130 |
| Abb. 58 | Push- und Pull-Marketing | 132 |
| Abb. 59 | Short Head und Long Tail | 134 |
| Abb. 60 | Themenbereich für Urlaubsinformationen im Internet | 134 |
| Abb. 61 | Genutzte Typen von Social Media Angeboten 2007 und 2013/14 .. | 135 |
| Abb. 62 | Destinationsdefinition in Abhängigkeit der Reisedistanz | 141 |
| Abb. 63 | Bezugsrahmen des Handelns für Destinationen | 142 |
| Abb. 64 | Die gesamte touristische Reisekette als Aufgabe des Destinationsmanagements | 144 |
| Abb. 65 | Zentrale Funktionen des Destinationsmanagements | 145 |
| Abb. 66 | Schritte im Management- und Marketingprozess von Destinationen | 146 |
| Abb. 67 | Organisationsform der DMOs in deutschen Städten | 147 |
| Abb. 68 | Idealtypische Organisationsstrukturen im Destinationsmanagement Community Model und Corporate Model | 149 |
| Abb. 69 | Typologie von Governance-Strukturen nach Steuerungsmodus und Akteurszugehörigkeit von HALL sowie Matrix der organisatorischen Positionierung nach Zentralisierung und Beziehungsdichte von BODEGA, CIOCCARELLI & DENICOLAI | 151 |
| Abb. 70 | Dreidimensionales Modell der Governance-Dimensionen in Destinationen | 151 |
| Abb. 71 | Anzahl der Beschäftigten in deutschen Tourismusorganisationen ... | 155 |
| Abb. 72 | Grundprinzip der Wertschöpfungsberechnung im Tourismus | 158 |

| | | |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abb. 73 | Aufgabenverteilung für öffentliche und private DMO-Aufgaben in der Lüneburger Heide | 162 |
| Abb. 74 | Vom statischen Destinationsverständnis zur hybriden Destinationsauffassung | 164 |
| Abb. 75 | Konfliktlinien zwischen den klassischen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit | 173 |
| Abb. 76 | Zielsystem für einen nachhaltigen Tourismus | 174 |
| Abb. 77 | Formen eines nachhaltigen Tourismus | 174 |
| Abb. 78 | CO ₂ -Emissionen des Tourismussektors im Jahr 2005 und Prognose 2035 | 176 |
| Abb. 79 | Treibhausgasemissionen pro Person und Reise | 176 |
| Abb. 80 | Wahrnehmung der Klimarelevanz des Flugreisens und Handlungsbereitschaft..... | 178 |
| Abb. 81 | Auswirkungen des Klimawandels im Tourismus | 179 |
| Abb. 82 | Geographische Verteilung von Hauptwirkungen des Klimawandels in Destinationsgruppen | 181 |
| Abb. 83 | Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Urlaubsreisen | 183 |
| Abb. 84 | Gründe für die Nutzung des Umweltzeichens Blauer Engel | 185 |
| Abb. 85 | INVENT-Zielgruppen für einen nachhaltigen Tourismus | 186 |
| Abb. 86 | Anteile der Urlaubsreisen in inländische Urlaubsländer | 193 |
| Abb. 87 | Übernachtungen von Inländern und Ausländern im Jahr 2013 nach Bundesländern | 195 |
| Abb. 88 | Entwicklungen der Ankünfte und Übernachtungen von 1992 bis 2014 | 197 |
| Abb. 89 | Top 20-Quellmärkte für Deutschland nach Übernachtungen 2014 . | 198 |
| Abb. 90 | Übernachtungen im Jahr 2013 in Kreisen und kreisfreien Städten Deutschlands | 199 |
| Abb. 91 | ServiceQ-Betriebe nach Bundesländern und Verhältnis zu gewerblichen Übernachtungsbetrieben | 202 |
| Abb. 92 | Abgrenzung zwischen kulturorientiertem und anders motiviertem Städtetourismus | 208 |
| Abb. 93 | Typisierung der Destinationen des Städtetourismus und Entwicklung der Übernachtungszahlen zwischen 1993 und 2005 | 208 |
| Abb. 94 | Entwicklung der Ankünfte in deutschen Großstädten von 1993 bis 2013 | 209 |

| | | |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abb. 95 | Motive von Urlaubsreisen der Europäer nach Deutschland 2014 | 209 |
| Abb. 96 | Ankünfte und Anteil Ausländer in den „Magic Cities“ | 210 |
| Abb. 97 | Motive der Nutzer von Sharing-Übernachtungsangeboten und Differenzierung der Nutzer von Airbnb und Couchsurfing | 213 |
| Abb. 98 | Airbnb in Berlin nach LOR | 216 |
| Abb. 99 | Anteile von Airbnb-Anbietern und angebotenen Betten in Berlin. | 217 |
| Abb. 100 | Top Ten der befahrenen Radfernwege in Deutschland | 227 |
| Abb. 101 | Top Ten Bundesländer mit genannten beliebtesten fahrradtouristischen Destinationen | 228 |
| Abb. 102 | Landschaftstyp der befahrenen Radwege in Deutschland | 228 |
| Abb. 103 | Bedeutung verschiedener Anforderungen an einen Radfernweg ... | 229 |
| Abb. 104 | Bewertung von deutschen Radfernwegen | 230 |
| Abb. 105 | Lorenzkurve der Nutzung von 199 deutschen Radfernwegen | 230 |
| Abb. 106 | Differenzierte Motivstruktur für Radurlaub | 231 |
| Abb. 107 | Handlungsrelevanzmatrix für den Weserradweg | 232 |
| Abb. 108 | Entwicklung der Bett+Bike ausgezeichneten Betriebe in Deutschland | 234 |
| Abb. 109 | Von traditionellen isolierten zu hybriden Produktkombinationen ... | 235 |
| Abb. 110 | Schematischer Aufbau der Produktpolitik im Fahrradtourismus ... | 238 |
| Abb. 111 | Bedeutung von einzelnen Motiven für die Nutzung von Wellness- Angeboten nach Geschlecht | 242 |
| Abb. 112 | Erfahrung mit gesundheitstouristischen Urlaubsformen 2003 bis 2014 | 242 |
| Abb. 113 | Internationale Touristenankünfte nach UNWTO-Regionen | 248 |
| Abb. 114 | Top Ten der internationalen Touristenankünfte | 249 |
| Abb. 115 | Top Ten der Auslandsreiseziele der Deutschen | 250 |
| Abb. 116 | Übernachtungen in den Ländern der EU | 251 |
| Abb. 117 | Top Ten der Übernachtungen in europäischen Städten im Jahr 2014 | 251 |
| Abb. 118 | Übernachtungen in den Mittelmeeranrainerstaaten und Deviseneffekte des internationalen Tourismus | 254 |
| Abb. 119 | Entwicklung der Ankünfte auf Mallorca zwischen 1960 und 2014 .. | 257 |
| Abb. 120 | Quellmärkte Mallorcas 2014 | 259 |
| Abb. 121 | Saisonalität der touristischen Ankünfte auf Mallorca 2014 | 259 |

| | | |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abb. 122 | Golfplätze auf Mallorca 2013 | 260 |
| Abb. 123 | Entwicklung der Touristenankünfte in Zypern 1980 bis 2014 | 267 |
| Abb. 124 | Karte der touristischen Regionen Zyperns | 267 |
| Abb. 125 | Entwicklung der Übernachtungen in Zypern nach touristischen Regionen (2000–2013) | 269 |
| Abb. 126 | Entwicklung der Touristenankünfte in Marokko 1960 bis 2014 | 274 |
| Abb. 127 | Kapazität der Hotelbetten im Jahr 2002 und geplante Entwicklung bis zum Jahr 2010 nach Regionen sowie PATs im Jahr 2010..... | 276 |
| Abb. 128 | Entwicklung der Deviseneinnahmen in Marokko aus dem Tourismus von 1990 bis 2014 | 278 |
| Abb. 129 | Stadien des Polarization-Reversal-Prozesses als für Grundprinzip der Destinationsentwicklung | 288 |
| Abb. 130 | Entwicklungsländerreiseerfahrung 2009–2013 nach SINUS-Milieus | 293 |
| Abb. 131 | Hohe Bedeutung einer umweltfreundlichen Urlaubsgestaltung Differenz zum Bevölkerungsmittelwert nach SINUS-Milieus | 294 |
| Abb. 132 | Modellhafte Darstellung der Touristenströme im internationalen Tourismus und der Erträge im Nord-Süd-Tourismus | 298 |
| Abb. 133 | Einschätzung von Auswirkungen der touristischen Erschließung in Tabarka (Tunesien) und Ouarzazate (Marokko) | 303 |
| Abb. 134 | Akteure und Interessen im Entwicklungsländertourismus am Beispiel eines Großschutzgebietes | 312 |
| Abb. 135 | Zentrale touristische Anziehungspunkte und Lage des North Rift Valleys in Kenia | 316 |
| Abb. 136 | Entwicklung der Touristenankünfte in Kenia 1995 bis 2013 | 317 |
| Abb. 137 | Akteurskonstellationen im Tourismus der North Rift Region | 325 |
| Abb. 138 | Modell zur Entwicklung einer Destination Mid Rift Valley | 326 |
| Abb. 139 | Studienstandorte von Tourismusgeographen | 340 |
| Abb. 140 | Bedeutung von Ausbildungsinhalten für Berufseinstieg | 342 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tab. 1 | Unterschiedliche Tourismusformen..... | 29 |
| Tab. 2 | Geschlechtsspezifische Unterschiede in der Einschätzung des Freizeitbezugs von Tätigkeiten..... | 30 |
| Tab. 3 | Beherbergungsbetriebe, Betten und Auslastung in Deutschland 2013 | 93 |
| Tab. 4 | Kooperative Aufgaben im Destinationsmanagement und Vorteilsnehmer | 157 |
| Tab. 5 | Hartes vs. sanftes Reisen | 170 |
| Tab. 6 | Akzeptanz von touristischen Verhaltensoptionen nach Zielgruppen | 179 |
| Tab. 7 | Hürden für nachhaltiges Reiseverhalten..... | 183 |
| Tab. 8 | Formen des Städtetourismus nach Besuchsmotiven..... | 207 |
| Tab. 9 | Anteile der Nennungen von Radfahren als eine der drei wichtigsten Urlaubsaktivitäten nach Altersgruppen | 225 |
| Tab. 10 | Typologie Fahrradurlauber | 226 |
| Tab. 11 | Tourismus als Wirtschaftsfaktor ausgewählter Entwicklungs- und Schwellenländer | 291 |
| Tab. 12 | Anteile am Gesamtreisepreis nach Akteursgruppen im marokkanischen Gebirgstourismus | 296 |

Literaturverzeichnis

- ABEGG Bruno et al. (2007): Climate change impacts and adaptation in winter tourism. In: Shardul Agrawala / OECD (= Organisation for Economic Co-operation and Development; Hrsg.; 2007): Climate Change in the European Alps. Adapting winter tourism and natural hazards. Paris, S. 25–60
- ACCOR (2014): Accor Ethics and Corporate Social Responsibility Charter. Paris
- ADERHOLD, Peter et a. (2013): Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes. Starnberg (= Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung)
- ADJOURI, Nicholas & Tobias BÜTTNER (2008): Marken auf Reisen. Erfolgsstrategien für Marken im Tourismus. Wiesbaden
- ADFC (= Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club; versch. Jahrgänge): Bett+Bike – Fahrradfreundliche Gastbetriebe. Bremen, ☞ www.bettundbike.de
- ADV (= Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen; 2015): ADV-Monatsstatistik 12/2014, Berlin, ☞ www.adv.aero
- AMERSDORFFER, Daniel et al. (Hrsg.; 2010): Social Web im Tourismus. Strategien – Konzepte – Einsatzfelder. Heidelberg
- ANDERSON, Chris (2006). The Long Tail. Why the future of Business is selling Less of More. New York
- ANDERSON CEDERHOL, Erika (2009): „Being with others“. The commodification of relationships in tourism. In: SMITH, Melanie & Leontine ONDERWATER (Hrsg.): Experiencing difference. Changing tourism and tourists experiences. Arnhem (= Atlas Reflections 2009), S. 31–42
- ANSOFF, H. Igor (1957): Strategies for Diversification. In: Harvard Business Review. Vol. 35 (5), S. 113–124
- ANTON, Claudia & Heinz-Dieter QUACK (2005): Städtetourismus: Überblick. In: LANDGREBE, Silke & Peter SCHNELL (Hrsg.): Städtetourismus. München/Wien, S. 9–17
- ANTZ, Christian, Christian EILZER & Bernd EISENSTEIN (Hrsg.; 2011): Slow Tourism: Reisen zwischen Langsamkeit und Sinnlichkeit, Frankfurt (Schriftenreihe des Instituts für Management und Tourismus, 6)
- ARD/ZDF-Medienkommission (2015): ARD/Zdf-Onlinestudie. ☞ www.ard-zdf-onlinestudie.de

- ARLETH, Jennifer & Andreas KAGERMEIER (2009): Potentiale des historischen Erbes. Neue Wege im kulturorientierten Städtetourismus. In: *Geographische Rundschau*, 61 (2), S. 12–18
- BAGGIO, Rodolfo (2011): Collaboration and cooperation in a tourism destination: a network science approach. In: *Current Issues in Tourism*. Vol. 4 (2), S. 183–189
- BAMBERG, Sebastian & Peter SCHMIDT (1993). Verkehrsmittelwahl – eine Anwendung der Theorie geplanten Verhalten [Choosing between means of transportation: An application of the theory of planned behavior]. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, Vol. 24, S. 25–37
- BECK, Ulrich (1986): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M.
- BECK, Ulrich (1994): Jenseits von Stand und Klasse? In: BECK, Ulrich & Elisabeth BECK-GERNSHEIM (Hrsg.): *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt, S. 43–60
- Berlin Tourismus & Kongress GmbH (Hrsg.; 2012): *Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie*. Berlin
- BERRIANE, Mohamed & Mohamed ADERGHAL (2012): *Tourisme rural, Gouvernance Territoriale et Développement Local en zones de montagnes*. Rabat
- BIEGER Thomas & Pietro BERITELLI (2013): *Management von Destinationen*. 8. Auflage, München
- BIEGER, Thomas & Pietro BERITELLI (2014): From destination governance to destination leadership – defining and exploring the significance with the help of a systemic perspective. In: *Tourism Review*, Vol. 69 (1), S. 25–46
- BIEGER, Thomas, Christian LAESSER & Pietro BERITELLI (2011): *Destinationsstrukturen der 3. Generation – Der Anschluss zum Markt*. St. Gallen, IMP-HSG
- BLÁZQUEZ-SALOM, Macià (2013): More villas and more barriers: Gentrification and the enclosure of rural land on Majorca. In: *Méditerranée. Revue géographique des pays méditerranéens*, N° 120, S. 25–36
- BMVBS (= Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung; 2013): *Lokale Qualitäten, Kriterien und Erfolgsfaktoren nachhaltiger Entwicklung kleiner Städte – Cittaslow*. Berlin
- BMWi (= Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie; Hrsg.; 2008): *Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle. Eine Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie*. Berlin (= Dokumentation, 526)
- BMWi (= Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie; Hrsg.; 2009): *Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland*. Langfassung. Berlin
- BMWi (= Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie; Hrsg.; 2010): *Grundlagenuntersuchung Freizeit und Urlaubsmarkt Wandern*. Langfassung. Berlin

- BMWi (= Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie; Hrsg.; 2011): *Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland. Leitfaden*. Berlin.
- BMWi (= Bundesministerium für Wirtschaft und Energie; 2013): *Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung*. 17. Legislaturperiode. Berlin ([☞] www.bmwi.de)
- BMWi & BTW (= Bundesministeriums für Wirtschaft & Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft; Hrsg.; 2012): *Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche*. Langfassung. Berlin
- BOGNER, Thomas (2006): *Strategisches Online-Marketing*. Wiesbaden
- BOURDIEU, Pierre (1983): *Ökonomische Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital*. In: KRECKEL, Reinhard (Hrsg.): *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen, S. 183–198
- BOURDIEU, Pierre (1987): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt
- BRITTNER, Anja et al. (1999): *Kurorte der Zukunft. Neue Ansätze durch Gesundheitstourismus, Interkommunale Kooperation, Gütesiegel Gesunde Region und Inszenierung im Tourismus*. Trier (= *Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie*, 49)
- BRITTNER, Anja (2000): *Kurverkehr*. In: Institut für Länderkunde (Hrsg.): *Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland – Freizeit und Tourismus*. Leipzig, S. 32–33
- BRITTNER-WIDMANN, Anja & Verena HUH (2009): *Das Cittaslow-Konzept – Entschleunigung als Mittel zur Förderung des Städte- und Kulturtourismus*. In: KAGERMEIER, Andreas & Fanny RAAB (Hrsg.): *Wettbewerbsvorteil Kulturtourismus. Innovative Strategien und Produkte*. Berlin, S. 239–253 (= *Schriften zu Tourismus und Freizeit*, 9)
- BROHLBURG Lina & Werner GRONAU (2011): *Green hotels a new strategy for the mass market? – A consumer study from Cyprus*. In: KAGERMEIER, Andreas & Tobias REEH (Hrsg.): *Trends, Herausforderungen und Perspektiven für die tourismusgeographische Forschung*. Mannheim, S. 135–154 (= *Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung*, 3)
- BTW (= Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft; 2015): *Menschenrechte. Global Code of Ethics for Tourism der UNWTO*.
[☞] www.btw.de/themen/menschenrechte.html
- Burda Community Network (2007): *Typologie der Wünsche 06/07*. Offenburg,
[☞] www.tdvi.de
- BUSWELL, Richard J. (2011): *Mallorca and tourism. History, Economy and Environment*. Bristol
- BUTLER, Richard W. (1980): *The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources*. *Canadian Geographer* 24 (1), S. 5–12
- BUTLER, Richard & Adi WEIDENFELD (2012): *Cooperation and Competition during the Resort Lifecycle*. In: *Tourism Recreation Research*, Vol. 37 (1), S. 15–26

- CHRISTALLER, Walter (1968): Die zentralen Orte in Süddeutschland. Darmstadt (Neudruck der Originalausgabe von 1933, Jena)
- COHEN, Erik (1972): Toward a Sociology of International Tourism. In: Social Research 39 (1), S. 164–182
- Commission of the European Communities (2001): Green Paper. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Brüssel
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly (1997): Finding Flow. The Psychology of Engagement with Everyday Life. New York
- CTO (= Cyprus Tourism Organisation) (2000): Strategic Plan for Tourism 2000–2010. Nikosia
- CTO (= Cyprus Tourism Organisation) (2002): Annual Report 2002. Nikosia
- Deutsche Bank Research (2008): Klimawandel und Tourismus: Wohin geht die Reise? Frankfurt
- Deutsches Wanderinstitut (2008): Profilstudie Wandern 2008. 1. Basismodul „Wer wandert warum?“ Marburg
- Deutsches Wanderinstitut (2009): Deutsches Wandersiegel für Premiumwege. Marburg ([☞] www.deutscheswanderinstitut.de/deutsches-wandersiegel)
- Deutscher Wanderverband (2006): Qualitätsweg Wanderbares Deutschland. Gütesiegel für Wanderwege. Kassel
- Deutscher Wellness Verband (2009): Wellness, Tourismus, Qualität und Zertifizierung durch den Deutschen Wellness Verband. Düsseldorf
- DLR (= Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt; 2014): Low Cost Monitor 2/2014. Der aktuelle Markt der Low Cost Angebote von Fluggesellschaften im deutschen Luftverkehr. Köln
- Dokumentationszentrum Prora (Hrsg.: 2010): Reisen und Rassismus. Die NS-Volksgemeinschaft zwischen Verlockung und Terror. Dokumente und pädagogische Materialien. Mappe C: Die NS-Organisation Kraft durch Freude und das Seebad der 20.000. Prora
- DREYER, Axel, Anne MENZEL, & Martin ENDREB (2010): Wandertourismus. Kundengruppen, Destinationsmarketing, Gesundheitsaspekte. München
- DRV (= Deutscher Reiseverband; 2015): Fakten und Zahlen 2014 zum deutschen Reisemarkt. Berlin ([☞] www.driv.de)
- DTV (= Deutscher Tourismusverband; Hrsg.; 2002): Praxisleitfaden Wellness. Bonn
- DTV (= Deutscher Tourismusverband; 2006): Grundlagenuntersuchung Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. Bonn ([☞] www.deutschtourismusverband.de/service/touristische-studien/dtv-studien.html)

- DTV (= Deutscher Tourismusverband; 2015): ServiceQualität Deutschland. Berlin
([☞] www.q-deutschland.de)
- DUNN, Halbert L. (1959): High Level Wellness for Man and Society. In: American Journal of Public Health 49 (6), S. 786–792
- DWIF (= Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr; 2013): Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. München = DWIF-Schriftenreihe, 55)
- DZT (= Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.; 2014): Jahresbericht Zweitausend-dreizehn. Frankfurt ([☞] www.germany.travel)
- DZT (= Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.; 2015): Incoming-Tourismus Deutschland. Zahlen, Daten, Fakten 2014. Frankfurt ([☞] www.germany.travel)
- ECM (= European Cities Marketing; Hrsg.; 2015): ECM-Benchmarking Report. 11th Official Edition 2014–2015. Dijon ([☞] www.europeancitiesmarketing.com/research/reports-and-studies/ecm-benchmarking-report)
- EIJGELAAR, Eke (2011): Voluntary Carbon Offsets a Solution for Reducing Tourism Emissions? Assessment of Communication Aspects and Mitigation Potential. In: European Journal of Transport and Infrastructure Research (EJTIR) 11 (3), S. 281–296
- ENZENSBERGER, Hans Magnus (1958): Vergebliche Brandung der Ferne. Eine Theorie des Tourismus. In: Merkur 12 (8), S. 701–720
- ESCHER, Anton & Sandra PETERMANN (2004): Gentrification in den Altstädten des Königreiches Marokko. In: MEYER, Günter (Hrsg.): Die Arabische Welt im Spiegel der Kulturgeographie. Mainz, S. 154–162 (= Veröffentlichung des Zentrums zur Erforschung der Arabischen Welt [ZEFAW], 1)
- ETI (= Europäisches Tourismusinstitut an der Universität Trier; 2007): Touristisches Zukunftskonzept Lüneburger Heide/Elbtalau 2015. Trier
- Eurostat (2014): Eurostat regional yearbook 2014. Luxembourg
- Eurostat (2015a): Datenbank. [☞] ec.europa.eu/eurostat/data/database
- Eurostat (2015b): GISCO: Geographische Informationen und Karten.
[☞] ec.europa.eu/eurostat/web/gisco
- FASTENMEIER, Wolfgang, Herbert GSTALTER & Ulf LEHNIG (2001): Subjektiver Freizeitbegriff und Mobilitätsmuster. Ergebnisse einer bundesweiten Haushaltsbefragung. München (= Berichte aus dem Institut mensch-verkehr-umwelt, 1)
- FERGEN, Ulrike (2006): Heilbäder und Kurorte in der Krise ? Strukturwandel als Chance am Beispiel der rheinlandpfälzischen Staatsbäder. Trier (= Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, 65)
- FFA (=Filmförderungsanstalt; div. Jg.): Geschäftsbericht. Berlin


- fwv (= FremdenVerkehrsWirtschaft; 2014): fwv-Dossier. Deutsche Veranstalter 2014. Beilage zur fwv Nr. 25 (*Jährlich mit dem letzten Heft des Jahres der Zeitschrift fwv erscheinendes Dossier mit Basisangaben zum deutschen Veranstaltermarkt*)
- FISCHER, Elisabeth (2009): Das kompetenzorientierte Management der touristischen Destination. Identifikation und Entwicklung kooperativer Kompetenzen. Wiesbaden
- FISHBEIN, Martin & Icek AJZEN (1975): Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, Massachusetts
- FLAGESTAD, Arvid & Christine A. HOPE (2001): Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective. In: *Tourism Management*, Vol. 22, S. 445–461
- FOUCAULT, Michel (2005): Die Heterotopien / Der utopische Körper. Zwei Radio-vorträge. Zweisprachige Ausgabe. Frankfurt
- FREITAG, Elke & Andreas KAGERMEIER (2002): Multiplexkinos als neues Angebotselement im Freizeitmarkt. In: STEINECKE, Albrecht (Hrsg.): *Tourismusforschung in Nordrhein-Westfalen: Ergebnisse – Projekte – Perspektiven*. Paderborn, S. 43–55 (= *Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement*, 15)
- FREITAG, Elke, Andreas KAGERMEIER & Frauke ROGGE (2007): Erweiterung der ADFC-Radreiseanalyse 2007. Trier 2007 (= unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag des ADFC-Deutschland)
- FREYER, Walter (2011a): *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 10. Auflage, München
- FREYER, Walter (2011b): *Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft*. 7. Auflage, München
- FREYTAG, Tim (2009): Low-Cost-Carrier als Motor für den Städtetourismus in Europa? In: *Geographische Rundschau*, 61 (2), S. 20–26
- FUCHS, Wolfgang, Jörn W. MUNDT & Hans-Dieter ZOLLONDZ (Hrsg.; 2008): *Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger*, München
- FUR (= Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen; 2007): *Akzeptanz klimaschonender Verhaltensweisen im Urlaub*. Kiel
- FUR (= Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen; 2014): *Abschlussbericht zu dem Forschungsvorhaben: Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse*. Kiel
- FUR (= Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen; div. Jg.): *Reiseanalyse*. Kiel
- GARDINI, Marco A. (2010): *Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements. Hotelbranche – Hotelbetrieb – Hotelimmobilie*. München

- GILMORE, James H. & B. Joseph PINE (2007): *Authenticity: What consumers really want*. Boston
- GIZ (= Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit; 2014): *Handbuch Tourismusplanung in der Entwicklungszusammenarbeit. Herausforderungen – Beratungsansätze – Praxisbeispiele – Instrumente*. Eschborn
( www.giz.de/fachexpertise/downloads/giz2014-de-tourismus-handbuch.pdf)
- Govern de les Illes Balears. Conselleria de Turisme i Esports. Agència de Turisme de les Illes Balears (2014): *El Turisme a les Illes Balears*. Anuari 2013. Palma
- Govern de les Illes Balears. Conselleria de Turisme i Esports. Agència de Turisme de les Illes Balears (2015): *Estadístiques del turisme. Indicadors de demanda turística*.
 <http://www.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M10072911244127834137&lang=CA&cont=27994>
- Government of Kenya (2007): *Kenya Vision 2030. A Globally Competitive and Prosperous Kenya*. Nairobi
- Government of Kenya. Ministry of East Africa, Commerce and Tourism. Department of Tourism (2013): *National Tourism Strategy 2013–2018*. Nairobi.
- Green Capital & CSR Sydney (Hrsg.; 2008): *Drivers for Corporate Social Responsibility and Sustainable Practice in Australia*. Sydney ( www.greencapital.org.au)
- GRONAU Werner (2005) *Freizeitmobilität und Freizeitstile*. Mannheim (= Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung, 9)
- GRONAU, Werner & Andreas KAGERMEIER (2007): *Key factors for successful leisure and tourism public transport provision*. In: *Journal of Transport Geography* 15, S. 127–135
- GROSS, Sven & Alexander SCHRÖDER (2005): *Low Cost Airlines in Europa – Eine marktorientierte Betrachtung von Billigfliegern*. Dresden
- GROSS, Sven (2011): *Tourismus und Verkehr. Grundlagen, Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen*. München
- GÜNTHER, Armin (2006): *20 Jahre Erlebnisgesellschaft – und mehr Fragen als Antworten. Zwischenbilanz oder Abgesang auf die Erlebniswelten-Diskussion*. In: REUBER, Paul & Peter SCHNELL (Hrsg.): *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume. Neue Angebote im Tourismus*. Berlin, S. 47–62
- HABERMAS, Jürgen (1985): *Die Neue Unübersichtlichkeit: Kleine Politische Schriften V*. Frankfurt
- HAGGETT, Peter (1983): *Geographie. Eine moderne Synthese*. Stuttgart (Deutsche Übersetzung des 1972 erstmals erschienenen Originalwerks: *Geography: A Modern Synthesis*)
- HALLERBACH, Bert (2009): *Die regionalwirtschaftlichen Effekte des Fahrradtourismus am Beispiel von Rheinland-Pfalz. Trier* (= Dissertation an der Universität Trier)


- HAMBIRA, Wame L. & Jarkko SAARINEN (2015): Policy-makers' perceptions of the tourism-climate change nexus: Policy needs and constraints in Botswana. In: *Development Southern Africa* 32 (3), S. 350–362
- HARMS, Tim & Andreas KAGERMEIER, (2013): Closed borders and wasted opportunities: the case of Cyprus. In: THIMM, Tatjana (Hrsg.): *Tourismus und Grenzen*. Mannheim 2013, S. 13–26 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 9)
- HARTMANN, Klaus D. (1974): *Auslandsreisen. Dienen Urlaubsreisen der Völkerverständigung?* Starnberg (= Schriftenreihe für Tourismusforschung des Studienkreis für Tourismus)
- HARVEY, David (1989): *The Condition of Postmodernity*. Oxford 1989
- HECKHAUSEN, Heinz & Peter M. GOLLWITZER (1987): Thought Contents and Cognitive Functioning in Motivational versus Volitional States of Mind. In: *Motivation and Emotion*. Vol. 11 (2), S. 101–120
- HELBRECHT, Ilse (1994): „Stadtmarketing“ – Konturen einer kommunikativen Stadtentwicklungspolitik. Basel, Boston, Berlin (= *Stadtforschung aktuell*, 44)
- HINTERHOLZER, Thomas & Mario JOOSS (2013): *Social Media Marketing und Management im Tourismus*. Heidelberg
- HINTERHUBER, Hans H. (2013): Maßstäbe für die Unternehmer und Führungskräfte von morgen. Mit Leadership neue Pionierphasen einleiten. In: HINTERHUBER, Hans H. et al. (Hrsg.; 2000): *Das neue strategische Management. Perspektiven und Elemente einer zeitgemäßen Unternehmensführung*. Wiesbaden, S. 91–120
- HOF, Angela & Macià BLÁZQUEZ-SALOM (2013) : The Linkages between Real Estate Tourism and Urban Sprawl in Majorca (Balearic Islands, Spain). In: *Land* Vol. 2 (2), S. 252–277
- HRADIL, Stefan (2005): *Soziale Ungleichheit in Deutschland*. Wiesbaden
- HÜRTEIN, Dennis (2007): „Sportscape“ Mallorca. Eine geographische Untersuchung der ökonomischen Bedeutung und Raumwirksamkeit des mallorquinischen Radtourismus. Köln
- Identity Foundation (Hrsg.; 2001): *Gesundheitsstudie. Die Deutschen und ihre Einstellungen zu Krankheit und Gesundheit*. Düsseldorf
- IHA (= Hotelverband Deutschland e. V.; Hrsg.; 2015): *Hotelmarkt Deutschland 2015*. Berlin
- ISENBERG, Wolfgang (Hrsg.; 1992): *Tourismus auf Mallorca. Bilanz, Gefahren, Rettungsversuche, perspektiven. Zu den Grenzen touristischen Wachstums*. Bergisch-Gladbach (= Bensberger Protokolle der Thomas-Morus-Akademie, 77)
- JÄGGI, Monika: *Tourismus und Ressourcennutzung in der südtunesischen Oase Douz. ein sozialgeographischer Beitrag zur Umweltforschung*. Bern u.a. 1994 (= Europäische Hochschulschriften. Reihe IV: Geographie, 15)

- JÄGGI, Monika & Beat STAUFFER (1990): Grün und integriert: wie in Tunesien Naturlandschaften für Luxustourismus zerstört werden. Zürich
- JUDD, Dennis R. (1999): Constructing the Tourist Bubble. In: JUDD, Dennis R. & Susan, S. FAINSTEIN (Hrsg.): The tourist city. New Haven, S. 35–53
- JUNGK Robert (1980): Wieviel Touristen pro Hektar Strand? Plädoyer für sanftes Reisen. In: Geo, Heft 10/1980, S. 154–156
- KAGELMANN, H. Jürgen: (1998): Erlebniswelten. Grundlegende Bemerkungen zum organisierten Vergnügen. In: RIEDER, Max et al. (Hrsg.): ErlebnisWelten. Zur Kommerzialisierung der Emotionen in touristischen Räumen und Landschaften. München/Wien, S. 58–94 (= Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, 4)
- KAGERMEIER, Andreas (1997): Tourismus im Maghreb. Ökologische und sozio-ökonomische Risiken eines staatlich geförderten Sektors. In: Wuqûf. Beiträge zur Entwicklung von Staat und Gesellschaft in Nordafrika, 10/11, S. 363–386
- KAGERMEIER, Andreas (1999): Neue staatlich geförderte Tourismusprojekte in Marokko und Tunesien und ihre Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung peripherer Räume. In: POPP, Herbert (Hrsg.): Lokale Akteure im Tourismus der Maghrebländer. Resultate der Forschungen im bayerischen Forschungsverbund FORAREA 1996–1998. Passau, S. 91–114 (=Maghreb-Studien, 12)
- KAGERMEIER, Andreas (2001): Tendenzen der Tourismusentwicklung im Mittelmeerraum im Überblick: Zahlen, Tendenzen, Konflikte. In: POPP, Herbert (Hrsg.): Neuere Trends in Tourismus und Freizeit. Bayreuth, S. 53–71 (= Bayreuther Kontaktstudium Geographie, 1)
- KAGERMEIER, Andreas (2002): Tourismus im Mittelmeerraum. Entwicklung und Perspektiven. In: Praxis Geographie 32, Heft 3, S. 28–31
- KAGERMEIER, Andreas (2003): The Development and Economic Impact of Newly Established Tourist Areas in the Maghreb Countries of Morocco and Tunisia. In: KOPP, Horst (Hrsg.): Area Studies, Business and Culture. Münster-Hamburg-London, S. 61–69
- KAGERMEIER, Andreas (2004): Tourismus im Maghreb: Quo Vadis? In: Meyer, Günter (Hrsg.): Die Arabische Welt im Spiegel der Kulturgeographie. Mainz, S. 390–399 (= Veröffentlichung des Zentrums zur Erforschung der Arabischen Welt [ZEFAW], 1)
- KAGERMEIER, Andreas (2006): Methoden der Messung von Besucherzufriedenheit im Vergleich – dargestellt am Beispiel einer industriekultureller Einrichtung. In: LEDER, Susanne & Albrecht STEINECKE (Hrsg.): Aktuelle Themen der Tourismusforschung. Märkte – Events – Methoden. Paderborn, S. 133–152 (= Paderborner Geographische Studien, 19)
- KAGERMEIER, Andreas (2007): Erfolgsfaktoren intermodaler Mobilitätsangebote für Freizeit und Tourismus. In: FREYER, Walter, Michaela NAUMANN & Alexander

- SCHULER (Hrsg.): Standortfaktor Tourismus und Wissenschaft. Berlin, S. 219–232 (= Schriften zu Freizeit und Tourismus, 8)
- KAGERMEIER, Andreas (2009): Intensivierung der Auslandsmarktorientierung im Städtetourismus – Optionen auch für kleinere städtetouristische Destinationen? In: SOBOLL, Anja (Hrsg.): Deutschland als Incoming-Destination. Mannheim, S. 69–90 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 2)
- KAGERMEIER, Andreas (2011a) Implikationen der sich abzeichnenden Reifephase für die die Angebotsgestaltung im Fahrradtourismus. In: Werner Gronau (Hrsg.): Zukunftsfähiger Tourismus – Innovation und Kooperation. Mannheim, S. 51–72 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 6)
- KAGERMEIER, Andreas (2011b): Mit allen Sinnen genießen – Kulinarik als ergänzende Dimension erlebnisorientierter Produktinszenierung. In: KAGERMEIER, Andreas & Tobias REEH (Hrsg.): Trends, Herausforderungen und Perspektiven für die tourismusgeographische Forschung. Mannheim, S. 51–72 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 4)
- KAGERMEIER, Andreas (2011c): Social Web & Tourismus – Implikationen des internetgestützten Empfehlungsmarketings für die nachfrageseitige touristische Praxis. In: BOKSBERGER, Philipp & Markus SCHUCKERT (Hrsg.): Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hype, Trends und Entwicklungen. Berlin 2011, S. 59–78 (= Schriften zu Tourismus und Freizeit der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft, 12)
- KAGERMEIER, Andreas (2012): Les postes militaires au Maroc méridional: leur développement de sites servants à la conquête du « Maroc inutile » à des villes dynamiques avec des fonctions publiques et économiques. In: POPP, Herbert & Mohamed AÏT HAMZA (Hrsg.): L'heritage colonial du Maroc. Bayreuth, S. 83–98 (= Maghreb-Studien, 17).
- KAGERMEIER, Andreas (2013): Auf dem Weg zum Erlebnis 2.0. Das Weiterwirken der Erlebniswelten zu Beginn des 21. Jahrhunderts. In: QUACK, Heinz-Dieter & Kristiane KLEMM (Hrsg.): Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts. München, S. 1–10
- KAGERMEIER, Andreas (2014): Challenges in achieving leadership structures for repositioning the destination Cyprus. In: *Tourism Review*, Vol. 69 (2), S. 158–170
- KAGERMEIER, Andreas (2015): Tourismus im ländlichen Raum Marokkos: Wirtschaftliche Impulse und Herausforderungen. In: Struck, Ernst (Hrsg.): Tourismus – Herausforderungen für die Region. Passau, S. 147–162 (= Passauer Kontaktstudium Geographie, 13)
- KAGERMEIER, Andreas & Gesa KOBBS (2013): Governance und Performance in Destinationen: das Beispiel Kenya. In: CONRADY, Roland & David RUETZ (Hrsg.): Tourismus und Politik. Schnittstellen und Synergiepotentiale. Berlin, S. 149–161 (= Schriften zu Freizeit und Tourismus, 16)

- KAGERMEIER, Andreas, Julia KÖLLER & Natalie STORS (2015): Share Economy im Tourismus. Zwischen pragmatischen Motiven und der Suche nach authentischen Erlebnissen. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, Vol. 7 (2), S. 117–145
- KAGERMEIER, Andreas & Tim HARMS (2013): Einsatz von Social Media im Weintourismusmarketing: Konkrete Praxis und ungenutzte Chancen. In: SCHERHAG, Knut (Hrsg.): *Weintourismus und Marketing*. Lohmar/Köln 2013, S. 65–91
- KAGERMEIER, Andreas & Werner GRONAU (2013): Destination Branding als Teil eines regional ausgerichteten Destination Governance-Ansatzes in Zypern. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, Vol. 5 (1), S. 107–114
- KAGERMEIER, Andreas & Werner GRONAU (2015): Identifying key factors for the successful provision of public transport for tourism. In: ORSI, Francesco (Hrsg.): *Sustainable Transportation in Natural and Protected Areas*. London, S. 230–40
- KAISER, Marc-Oliver (2002): *Erfolgsfaktor Kundenzufriedenheit. Dimensionen und Messmöglichkeiten*. Berlin
- KANO, Noriaki (1995): Upsizing the organisation by attractive quality creation. In: KANJL, Gopal K. (Hrsg.). *Total Quality Management. Proceedings of the First World Congress*. London, S. 60–72
- KASSAH, Abdelfettah (1997): Auswirkungen des Tourismus auf die Oasen in Südtunesien. In: *Geographische Rundschau* 49, S. 89–96
- KATE (= Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung; 2006): *Corporate Social Responsibility (CSR). Tourismusunternehmen in globaler Verantwortung*. Stuttgart
- KATE (= Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung; 2006): *Leitfaden CSR-Reporting im Tourismus. 8 Schritte zum CSR Bericht*. Stuttgart
- KEUL, Alexander & Anton KÜHBERGER (1996): *Die Straße der Ameisen*. München & Wien (Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, 1)
- KIEFL, Walter, Reinhard BACHLEITNER & H Jürgen KAGELMANN (2005): *Lexikon zur Tourismussoziologie*. München & Wien
- KOTLER, Philip et al. (2007): *Grundlagen des Marketing*. München
- KRIPPENDORF, Jost (1982): *Die Landschaftsfresser. Tourismus und Erholungslandschaft, Verderben oder Segen*. Ostfildern
- KRIPPENDORF, Jost (1984): *Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen*. München
- KULINAT, Klaus (1991): Fremdenverkehr in den Mittelmeerländern. Konkurrenten mit gemeinsamen Umweltproblemen. In: *Geographische Rundschau* 43, S. 430–436
- Landeshauptstadt München. Referat für Arbeit und Wirtschaft. Tourismusamt (2012). *Tourismus. Jahresbericht 2011*. München
- Land Berlin (2015): *Einwohnerinnen und Einwohner in Berlin in LOR-Planungsräumen am 31.12.2014*.  daten.berlin.de

- LANZ, Stephan (1996): Demokratische Stadtplanung in der Postmoderne. Oldenburg (= Wahrnehmungsgeographische Studien zur Regionalentwicklung, 15)
- LAUBE, Helene et al. (2014): Teilen und Herrschen. Die Sharing Economy verspricht eine bessere Zukunft: Teilen soll das neue Haben sein. In: Capital. Wirtschaft ist Gesellschaft, Heft 8/2014, S. 76–85
- LEDER, Susanne (2003): Wandertourismus. In: BECKER, Christoph, Hans HOPFINGER & Albrecht STEINECKE (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München & Wien, S. 320–330
- LEDER, Susanne (2007): Neue Maße im Tourismus. Eine Untersuchung von Angeboten mit dem Schwerpunkt Selbstfindung und Entschleunigung. Paderborn (= Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement, 21)
- LEMMETYINEN, Arja (2010): Destination-Marketing Organizations facing the challenges of change. In: KELLER, Peter & Thomas BIEGER (Hrsg.): Managing Change in Tourism. Berlin, S. 49–65
- LENGEFELD, Klaus (2004): Pro-Poor-Tourism und „Sustainable All-Inclusive“ oder: Kann der (Massen) Tourismus Motor für Armutsminderung und lokale Wirtschaftsförderung sein? Eschborn (= unveröffentlichtes Thesenpapier der GIZ)
- LESSMEISTER Ralph & Herbert POPP (2004): Profitiert die Regionsbevölkerung vom ländlichen Tourismus? Das Beispiel des Trekking- und Wüstentourismus in Südmarokko. In: Meyer, Günter (Hrsg.): Die Arabische Welt im Spiegel der Kulturgeographie. Mainz, S. 400–411 (= Veröffentlichung des Zentrums zur Erforschung der Arabischen Welt [ZEFAW], 1)
- LINNE, Martin (2014): Share Economy – Entwicklung und Strukturen. In: LINNE, Martin (Hrsg.). Smart Tourism – Share Economy im Tourismus. Produkte, Grenzen, Folgen. Elmshorn, S. 9–12 (= Schriftenreihe Dienstleistungsmanagement: Tourismus, Sport, Kultur, 15)
- LÜEM, Thomas (1985): Soziokulturelle Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern. Zürich (= Schriftenreihe Anthropogeographie des Geographischen Instituts der Universität Zürich, 5)
- MAIER, Jörg (1970): Die Leistungskraft einer Fremdenverkehrsgemeinde. Modelanalyse des Marktes Hindelang, Allgäu. Ein Beitrag zur wirtschaftsgeographischen Kommunalforschung. München (= WGI-Berichte zur Regionalforschung, 3)
- MAITLAND, Robert & Peter NEWMAN (Hrsg.) (2009): World Tourism Cities. Oxon
- MASLOW, Abraham H. (1943): A Theory of Human Motivation. In: Psychological Review 50, S. 370–396
- MATZLER, Kurt (2000): Customer Value Management. In: Die Unternehmung, Vol. 54 (4), S. 289–308





- MEYER, Günter (1996): Tourismus in Ägypten. Entwicklung und Perspektiven im Schatten der Nahostpolitik. *Geographische Rundschau* 48, S. 582–588
- MIGLBAUER, Ernst (2012): Neue Entwicklungen im Radtourismus. In: DREYER, Axel, Rainer MÜHLNICKEL & Ernst MIGLBAUER (Hrsg.): *Radtourismus. Entwicklungen, Potentiale, Perspektiven*. München, S. 18–35
- MOWFORTH, Martin & Ian MUNT (2003): *Tourism and Sustainability. New tourism in the Third World*. London, New York
- MUNDT, Jörn W. (2014): *Thomas Cook – Pionier des Tourismus*. Konstanz & München
- MÜLLER, Hansruedi & Fabian WEBER (2008): *2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel*. Bern
- Museum Putbus (2014): *Geschichte der denkmalgeschützten Prora-Anlage*.
 www.museum-prora.de/index.php?c=p1
- MUSKAT Birgit (2007): *Total Quality Management im Tourismus*. Wiesbaden
- MWVLW-RLP (= Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz; 2008): *Tourismusstrategie 2015. Markttrends erkennen, Potenziale nutzen*. Mainz
- NEUS Andreu et al. (2003): El quart boom? Tendències de consum de recursos naturals a les Illes Balears : In : *Revista de Geografia*, N 2/2003, S. 61–77
- NOHLEN, Dieter & Franz NUSCHELER (Hrsg.; 1993): *Handbuch der Dritten Welt. Band 1: Grundprobleme – Theorien – Strategien*. 3. Auflage, Bonn
- NUSCHELER Franz (2004): *Lern- und Arbeitsbuch Entwicklungspolitik*, 5. Auflage, Bonn
- O'GRADY, Ron (1997): *Die Vergewaltigung der Wehrlosen. Sextourismus und Kinderprostitution. Unkel/Rhein und Bad Honnef*
- OPASCHOWSKI, Horst W. (1990): *Pädagogik und Didaktik der Freizeit*. 2. Auflage, Opladen
- OPASCHOWSKI, Horst W. (2000): *Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur*, Hamburg
- OPASCHOWSKI, Horst W. (2002): *Tourismus. Eine systematische Einführung*. 3. Auflage, Opladen
- OSV (= Ostdeutscher Sparkassenverband; Hrsg.; 2013): *Wer soll das bezahlen? Leitfa-den zur Finanzierung und Organisation des Tourismus auf Ortsebene*. Berlin
- PAPPALEPORE, Ilaria, Robert MAITLAND & Andrew SMITH (2013). *Prosuming creative urban areas. Evidence from East London*. In: *Annals of Tourism Research* 44, S. 227–240
- PARASURAMAN, A., Valarie A. ZEITHAML & Leonard L. BERRY (1985): *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. In: *The Journal of Marketing*, Vol. 49 (4), S. 41–50

- PARASURAMAN, A., Valarie A. ZEITHAML & Leonard L. BERRY (1988): SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. In: *Journal of Retailing*, Vol. 64 (10), S. 12–40
- PALM, Petra (2000): Community Based Tourism als eine Form des nachhaltigen Tourismus in kommunalen Gebieten Namibias. Eschborn (= TÖB Publication: TÖB F-V/12d aus dem TropenÖkologie Begleitprogramm der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit [GTZ])
- PECHLANER, Harald, Sabine PICHLER & Michael VOLGGER (2013): Vom Destination Management zur Destination Governance – Steuerungsperspektiven im Spannungsfeld von Destination und Tourismusorganisation. In: SARETZKI, Anja & Karl-Heinz WÖHLER (Hrsg.; 2013): *Governance von Destinationen. Neue Ansätze für die erfolgreiche Steuerung touristischer Zielgebiete*. Berlin, S. 63–80
- PECHLANER Harald, Egon SMERAL & Kurt MATZLER: Customer value management as a determinant of the competitive position of tourism destinations. In: *Tourism Review*, Vol. 57 (4), S. 15–22
- PECHLANER, Harald & Michael VOLGGER (2012): How to promote cooperation in the hospitality industry: Generating practitioner-relevant knowledge using the GABEK qualitative research strategy. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 24 (6), S. 925–945
- PERROUX, François (1955): Note sur la notion de Pôle de Croissance. In: *Économie Appliquée* 8, S. 307–320
- PETRARCA Francesco (2014): Die Besteigung des Mont Ventoux. Aus dem Lateinischen übersetzt und mit einem Nachwort versehen von Kurt Steinmann. Stuttgart (= Reclams Universal-Bibliothek, 19099)
- PINE, B. Joseph & James H. GILMORE (1999): *The Experience Economy: Work is a Theatre and Every Business a Stage*. Boston
- POON, Auliana (1993): *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford
- POPP, Herbert & Brahim EL FASSKAOUI (2013): Some observations on tourism developments in a peripheral region and the validity of global value chain theory. The Anti-Atlas mountains in Morocco. In: *Erdkunde* Vol. 67 N°3, S. 265–276
- PORTER Michael E. (1980): *Competitive Strategy. Techniques for analyzing industries and competitors*. New York
- PORTER, Michael E. (1985): *Competitive Advantage*. New York
- POSER, Hans (1939): Geographische Studien über den Fremdenverkehr im Riesengebirge. Ein Beitrag zur geographischen Betrachtung des Fremdenverkehrs. Göttingen (= Abhandlungen der Gesellschaft der Wissenschaften zu Göttingen, Mathematisch-physikalische Klasse, Dritte Folge, 20)

- PSIRU (Public Services International Research Unit, School of Computing and Maths, University of Greenwich; Hrsg.; 2005): Palma de Mallorca Case Study. Greenwich ([Ⓜ www.watertime.net/docs/WP2/D35_Palma_de_mallorca.doc](http://www.watertime.net/docs/WP2/D35_Palma_de_mallorca.doc))
- QUACK, Heinz-Dieter (2001): Freizeit und Konsum im inszenierten Raum. Eine Untersuchung räumlicher Implikationen neuer Orte des Konsums, dargestellt am Beispiel des CentrO Oberhausen. Paderborn (= Paderborner Geographische Studien, 14)
- QUACK, Heinz-Dieter & Albrecht STEINECKE (Hrsg.; 2012): Dark Tourism – Faszination des Schreckens. (= Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement, 25)
- RAICH, Frieda (2006): Governance räumlicher Wettbewerbseinheiten. Ein Ansatz für die Tourismusdestination. Wiesbaden
- REIN, Hartmut & Wolfgang STRASDAS (Hrsg.; 2015): Nachhaltiger Tourismus. Einführung. Konstanz/München
- Republic of Cyprus, Ministry of Finance, Statistical Service (2015): Tourism – Key Figures. [Ⓜ www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_en/services_71main_en?OpenForm&sub=1&sel=2](http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_en/services_71main_en?OpenForm&sub=1&sel=2)
- REVERMANN Christoph & Thomas PETERMANN (2003): Tourismus in Großschutzgebieten. Impulse für eine nachhaltige Regionaleentwicklung. Berlin
- RICHARDSON, Harry W. (1980): Polarization Reversal in Developing Countries. In: Papers of Regional Science Association 45, S. 67–85
- ROMEIB-STRACKE, Felicitas (2003): Abschied von der Spaßgesellschaft. Freizeit und Tourismus im 21. Jahrhundert. München/Amberg
- ROSTOW, Walt W. (1960): Stadien wirtschaftlichen Wachstrums. Göttingen (*Übersetzung der Originalversion: The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto. Cambridge, 1960*)
- ROTHFUß, Eberhard (2004): Ethnotourismus. Wahrnehmungen und Handlungsstrategien der pastoralnomadischen Himba (Namibia). Ein hermeneutischer, handlungstheoretischer und methodischer Beitrag aus sozialgeographischer Perspektive. Passau (= Passauer Schriften zur Geographie 19)
- Royaume du Maroc. Ministère du Tourisme. Direction des Aménagements et des Investissements. (Hrsg.; 2002): Stratégie de Développement du Tourisme Rural. Madrid [Étude préparée pour le Ministère du Tourisme par L'Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T.) en sa qualité d'agence d'exécution du Programme des Nations-Unies pour le Développement (P.N.U.D.)]
- Royaume du Maroc. Ministère du Tourisme (2015): Tourisme en chiffres. Rabat ([Ⓜ www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-clés](http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-clés))

- RUPPERT, Karl (1962): Das Tegernseer Tal. Sozialgeographische Studien im oberbayerischen Fremdenverkehrsgebiet. Kallmünz/Regensburg (= Münchner Geographische Hefte, 23)
- RUPPERT, Karl & Jörg MAIER (1970): Zur Geographie des Freizeitverhaltens. Kallmünz (= Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, 6)
- REIN, Hartmut & Alexander SCHULER (Hrsg.; 2012): Tourismus im ländlichen Raum. Wiesbaden
- REIN, Hartmut & Wolfgang STRASDAS (Hrsg.; 2015): Nachhaltiger Tourismus. Einführung. Konstanz/München
- SCHAAL, Frank & Nadine LICHTER (2010): Regionalmarken als strategisches Positionierungselement von Mittelgebirgsregionen – dargestellt am Beispiel der Regionalmarke EIFEL. In: KAGERMEIER Andreas & Joachim WILLMS (Hrsg.): Tourism Development in Low Mountain Ranges. Mannheim, S. 91–112 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 3)
- SCHÄTZL, Ludwig (1983): Regionale Wachstums- und Entwicklungstheorien. In: Geographische Rundschau 35, S. 322–327
- SCHMITT, Thomas (2007): Qualitätstourismus auf Mallorca: „Ballermann“ war besser. In: RUBIN Wissenschaftsmagazin Ruhr-Universität Bochum, Sonderheft 2/2007, S. 20–27
- SCHMITT, Thomas & Macià BLÁZQUEZ-Salom (2003): Der dritte Tourismusboom auf Mallorca (1991–2000) – zukunftsweisender Trend oder überschrittener Zenit? In: Tourismus Journal, Vol. 7 (4), S. 502–522
- SCHMUDE, Jürgen (2003): Musicals in Deutschland: Eine Marktanalyse anhand des Modells des Produktlebenszyklus. In: Tourismus Journal 7 (1), S. 29–42
- SCHULER, Alexander (2013): Bedeutung von Governance für Veränderungsprozesse von Destinationen In: Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, Vol. 5 (1), S. 23–40
- SCHULZE, Gerhard (2005): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. 2. Auflage Frankfurt (erstmalig erschienen 1992)
- SEIFERT-GRANZIN, Jörg & Samuel D. JESUPATHAM (1999): Tourism at the Crossroads. Challenges to Developing Countries by the New World Trade Order. Frankfurt (= epd-Entwicklungs politik Materialien, VI/ 99)
- SHARPLEY, Richard (2001): Tourism in Cyprus: challenges and opportunities. In: Tourism Geographies, Vol. 3 (1), S. 64–86
- SHARPLEY, Richard (2002): Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. In: Tourism Management 23, S. 233–244
- SHARPLEY, Richard (2003): Tourism, Modernisation and Development on the Island of Cyprus: Challenges and Policy Responses. In: Journal of Sustainable Tourism, Vol. 11 (2&3), S. 246–265

- SIEGRIST, Dominik, Susanne GESSNER & Lea KETTERER BONNELAME (2015): Naturnaher Tourismus. Qualitätsstandards für sanftes Reisen in den Alpen. Bern
- Sinus Markt- und Sozialforschung (2014): Sinus-Milieus. [☞] www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html
- SKOWRONNEK, Alsino, Lucas VOGEL & Jonas PARNOW (2015): AirBnB vs. Berlin. Was sagen die Daten? [☞] www.airbnbsberlin.de
- SPODE, Hasso (1987): Zur Geschichte des Tourismus. Eine Skizze der Entwicklung der touristischen Reise in der Moderne. Starnberg (= Studienkreis für Tourismus)
- SRISANG, Koson (1992): Third World Tourism: the New Colonialism. In: Focus, N° 4, S. 2–3 (zitiert nach: MOWFORTH, Martin & Ian MUNT (2003): Tourism and Sustainability. New tourism in the Third World. London, New York, S. 47 und 49)
- Statistisches Bundesamt (2014): Tourismus. Tourismus in Zahlen 2013. Wiesbaden ([☞] www.destatis.de)
- Statistisches Bundesamt (2015a): Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (Städtetourismus): Deutschland, Jahre. [☞] www.destatis.de
- Statistisches Bundesamt (2015b): Tourismus: Beherbergungsbetriebe, Gästebetten, -übernachtungen, -ankünfte. Jahressumme – regionale Tiefe: Kreise und krfr. Städte. [☞] www.destatis.de
- STECK Birgit, Wolfgang STRASDAS & Evelyn GUSTEDT (1999): Tourismus in der Technischen Zusammenarbeit. Ein Leitfaden zur Konzeption, Planung und Durchführung von projektbegleitenden Maßnahmen in der ländlichen Entwicklung und im Naturschutz. Eschborn (= TÖB Publication aus dem TropenÖkologie Begleitprogramm der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit [GTZ])
- STEINECKE, Albrecht (2000): Erlebnis- und Konsumwelten, München/Wien
- STEINECKE, Albrecht (2010): Populäre Irrtümer über Reisen und Tourismus. München
- STEINECKE, Albrecht (2013): Destinationsmanagement. Konstanz/München
- STEINECKE, Albrecht (2014): Internationaler Tourismus. Konstanz/München
- STEINGRUBE, Wilhelm (2001): div. Beiträge zur Geographie der Freizeit und des Tourismus. In: BRUNOTTE, Ernst et al. (Hrsg.) Lexikon der Geographie (4 Bände). Heidelberg (Beiträge auch abrufbar unter [☞] www.spektrum.de/lexikon/geographie)
- STOCK, Christian (Hrsg.; 1997): Trouble in paradise. Tourismus in die Dritte Welt. Düsseldorf
- STORS, Natalie & Andreas KAGERMEIER (2013): Crossing the Border of the Tourist Bubble: Touristification in Copenhagen. In: THIMM, Tatjana (Hrsg.): Tourismus und Grenzen. Mannheim, S. 115–131 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 9)

- STRASDAS, Wolfgang (2001): Ökotourismus in der Praxis. Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern. Ammerland (Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.)
- STÜBER, Jürgen (2014): Der Berliner Trend zum Teilen. In: Berliner Morgenpost vom 01.12.2014.  <http://www.morgenpost.de/printarchiv/wirtschaft/article/134882370/Der-Berliner-Trend-zum-Teilen.html>
- STV/FST(= Schweizer Tourismusverband/Fédération Suisse du Tourisme; 2015): Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus. Bern ( www.swisstourfed.ch)
- SURHONE, Lambert M., Miriam T. TIPLEDON & Susan F. MARSEKEN (2010). Prosumer. Saarbrücken
- THIELE, Franziska (2011): Aufschwung oder Niedergang? – Revitalisierung von Radfernwegen am Beispiel des Weser-Radweges. In: Gronau, Werner (Hrsg.): Zukunftsfähiger Tourismus – Innovation und Kooperation. Mannheim, S. 81–104 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 6)
- TOURCERT (2010): Die Auszeichnung für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus. Stuttgart ( www.tourcert.org)
- Tourism Trust Fund (2008): Reconnaissance Survey Report on Tourism Ressources and GIS Mapping of the Mid Rift Region. Nairobi
- UBA (= Umweltbundesamt; Hrsg.; 1998): Erfolgskontrolle Umweltzeichen. Überprüfung der Wirksamkeit aus Sicht der zeichennutzenden Unternehmen und ausgewählter Experten. Belin (= UBA-Texte 61/1998)
- UNEP (= United Nations Environment Program) & UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; 2005): Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers. Paris/Madrid
- UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; 2007): Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges. Madrid
- UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; 2008): Climate Change and Tourism. Responding to Global Challenges. Madrid
- UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; 2009): Adaptation to Climate Change in the Tourism Sector. Madrid
- UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; 2010): International Recommendations for Tourism Statistics 2008. New York (= UNWTO Studies in Methods, Series M, No. 83)
- UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; 2014): Tourism Highlights. 2014 Edition. Madrid
- UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; 2015): Tourism Statistics 1995 - 2013.  www.e-unwto.org

- UNWTO (= United Nations World Tourism Organisation; div. Jg.): Yearbook of Tourism Statistics. Madrid
- URRY, John (1990): *The Tourist Gaze*. London
- Verbundpartner INVENT (2005): *Traumziel Nachhaltigkeit. Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt*. Berlin
- VIR (= Verband Internet Reisevertrieb; 2007): *Daten und Fakten zum Online-Reisemarkt 2007*. München
- VIR (= Verband Internet Reisevertrieb; 2015): *Daten und Fakten zum Online-Reisemarkt 2015*. Unterhaching (www.v-i-r.de)
- VORLAUFER, Karl (1996): *Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr*. Darmstadt
- WCED (= World Commission on Environment and Development, 1987): *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. New York
- WEBER, Max (2004): *Protestantische Arbeitsethik und die Entstehung des Kapitalismus*. München (Neudruck der Originalausgabe von 1904/1905 in der Beck'schen Reihe, herausgegeben und eingeleitet von Dirk Kaesler)
- WÖHLER, Karl-Heinz (2013): *Destinationale Governance-Analyse* In: SARETZKI, Anja & Karl-Heinz WÖHLER (Hrsg.; 2013): *Governance von Destinationen. Neue Ansätze für die erfolgreiche Steuerung touristischer Zielgebiete*, Berlin, S. 103–138
- WITC (= World Travel & Tourism Council; 2002): *Corporate Social Leadership in Travel & Tourism*. London
- WITC (= World Travel & Tourism Council; 2015): *Travel & Tourism Economic Impact 2015*. Germany. London
- WWF (= World Wildlife Fund; 2008): *Der touristische Klima-Fußabdruck*. WWF-Bericht über die Umweltauswirkungen von Urlaubsreisen. Hamburg
- ZAHL, Bente, Martin LOHMANN & Imke MEINKEN (2006): *Reiseverhalten zukünftiger Senioren: Auswirkungen des soziodemographischen Wandels*. In: HAEHLING VON LANZENAUER, Christoph & Kristiane KLEMM (Hrsg.): *Demographischer Wandel und Tourismus. Zukünftige Grundlagen und Chancen für touristische Märkte*. Berlin, S. 91–107

Tourismus gilt als Leitökonomie des 21. Jahrhunderts. In vielen Ländern ist er zudem ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Das Lehrbuch beleuchtet die touristische Nachfrage und das Angebot aus der raum- und sozialwissenschaftlichen Perspektive. Es berücksichtigt neben dem Deutschlandtourismus auch ausgewählte Formen des internationalen Tourismus.

Lernziele zu Beginn der Kapitel helfen beim schnellen Einstieg. Zahlreiche Beispielboxen, Karten und Abbildungen illustrieren den Stoff. Zusammenfassungen und weiterführende Literaturtipps am Kapitelende vertiefen das Verständnis.

Dieses Buch richtet sich an Studierende der Geographie und des Tourismus sowie an Quereinsteiger und Praktiker.

Dies ist ein utb-Band aus dem Verlag UVK/Lucius. utb ist eine Kooperation von Verlagen mit einem gemeinsamen Ziel: Lehrbücher und Lernmedien für das erfolgreiche Studium zu veröffentlichen.

ISBN 978-3-8252-4421-7



9 783825 244217



QR-Code für mehr Infos und Bewertungen zu diesem Titel

utb-shop.de