

Huhn / Neumair

Einführung in die Tourismuswirtschaft

Studienheft Nr. 157
5. Auflage 01/2024

Verfasser

Dr. Cornelia Huhn

Dozentin für Tourismus- und Veranstaltungswirtschaft im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften an der Diploma Hochschule und Lehrbeauftragte an der staatl. Studienakademie Breitenbrunn, Studienbereich Wirtschaft

Überarbeitung 4. und 5. Auflage

Dr. Simon Martin Neumair

Hochschuldozent in den Bereichen Tourismus, Wirtschaftspolitik, Internationale Politik, Internationales Management & Wirtschaftsräume an der International School of Management in München

Leseprobe

© by DIPLOMA Private Hochschulgesellschaft mbH

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdrucks, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

DIPLOMA Hochschule

University of Applied Sciences

Am Hegeberg 2

37242 Bad Sooden-Allendorf

Tel. +49 (0) 56 52 58 77 70, Fax +49 (0) 56 52 58 77 729

Hinweise zur Arbeit mit diesem Studienheft

Der **Inhalt** dieses Studienheftes unterscheidet sich von einem Lehrbuch, da er **speziell für das Selbststudium aufgearbeitet** ist.

In der Regel beginnt die Bearbeitung mit einer Information über den Inhalt des Lehrstoffes. Diese Auskunft gibt Ihnen das **Inhaltsverzeichnis**.

Beim Erschließen neuer Inhalte finden Sie meist Begriffe, die Ihnen bisher unbekannt sind. Die **wichtigsten Fachbegriffe** werden Ihnen übersichtlich in einem dem Inhaltsverzeichnis nachgestellten **Glossar** erläutert.

Den einzelnen Kapiteln sind **Lernziele** vorangestellt. Sie dienen als Orientierungshilfe und ermöglichen Ihnen die Überprüfung Ihrer Lernerfolge. Setzen Sie sich **aktiv** mit dem Text auseinander, indem Sie sich Wichtiges mit farbigen Stiften kennzeichnen. Betrachten Sie dieses Studienheft nicht als „schönes Buch“, das nicht verändert werden darf. Es ist ein **Arbeitsheft, mit und in dem Sie arbeiten sollen**.

Zur **besseren Orientierung** haben wir Merksätze bzw. besonders wichtige Aussagen durch Fettdruck und/oder Einzug hervorgehoben.

Lassen Sie sich nicht beunruhigen, wenn Sie Sachverhalte finden, die zunächst noch unverständlich für Sie sind. Diese Probleme sind bei der ersten Begegnung mit neuem Lehrstoff ganz normal.

Nach jedem größeren Lernabschnitt haben wir Übungsaufgaben eingearbeitet, die mit „**SK = Selbstkontrolle**“ gekennzeichnet sind. Sie sollen der Vertiefung und Festigung der Lerninhalte dienen. Versuchen Sie, die ersten Aufgaben zu lösen und die Fragen zu beantworten. Dabei werden Sie teilweise feststellen, dass das dazu erforderliche Wissen nach dem ersten Durcharbeiten des Lehrstoffes noch nicht vorhanden ist. Gehen Sie diesen Inhalten noch einmal nach, durchsuchen Sie die Seiten also gezielt nach den erforderlichen Informationen.

Bereits während der Bearbeitung einer Frage sollten Sie die eigene Antwort schriftlich festhalten. Erst nach der vollständigen Beantwortung **vergleichen Sie Ihre Lösung mit dem** am Ende des Studienheftes **angegebenen Lösungsangebot**.

Stellen Sie dabei fest, dass Ihre eigene Antwort unvollständig oder falsch ist, müssen Sie sich nochmals um die Aufgabe bemühen. Versuchen Sie, jedes behandelte Thema vollständig zu verstehen. **Es bringt nichts, Wissenslücken durch Umblättern zu übergehen**. In vielen Studienfächern baut der spätere Lehrstoff auf Vorhergehendem auf. Kleine Lücken in den Grundlagen verursachen deshalb große Lücken in den Anwendungen.

Zudem enthält jedes Studienheft **Literaturhinweise**. Sie sollten diese Hinweise als ergänzende und vertiefende Literatur bei Bedarf zur Auseinandersetzung mit der jeweiligen Thematik betrachten. Finden Sie auch nach intensivem Durcharbeiten keine zufriedenstellenden Antworten auf Ihre Fragen, **geben Sie nicht auf. Wenden Sie sich** in diesen Fällen schriftlich o-

der telefonisch **an uns**. Wir stehen Ihnen mit Ratschlägen und fachlicher Anleitung gern zur Seite.

Wenn Sie **ohne Zeitdruck** studieren, sind Ihre Erfolge größer. Lassen Sie sich also nicht unter Zeitdruck setzen. **Pausen** sind wichtig für Ihren Lernfortschritt. Kein Mensch ist in der Lage, stundenlang ohne Pause konzentriert zu arbeiten. Machen Sie also Pausen: Es kann eine kurze Pause mit einer Tasse Kaffee sein, eventuell aber auch ein Spaziergang an der frischen Luft, sodass Sie wieder etwas Abstand zu den Studienthemen gewinnen können.

Abschließend noch ein formaler Hinweis: Sofern in diesem Studienheft bei Professionsbezeichnungen und/oder Adressierungen aus Gründen der besseren Lesbarkeit ausschließlich die männliche Form Verwendung findet (z. B. „Rezipienten“), sind dennoch alle sozialen Geschlechter, wenn kontextuell nicht anders gekennzeichnet, gemeint.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung dieses Studienheftes.

Ihre

DIPLOMA
Private Hochschulgesellschaft mbH

Inhaltsverzeichnis	Seite
Abbildungsverzeichnis	6
Glossar	7
1 Einleitung	9
2 Gegenstand, Definitionen und Grundbegriffe	10
2.1 Begriffe und Definitionen des Tourismus	10
2.2 Differenzierung der Reisenden	13
2.3 Grundformen des Tourismus und Tourismuskategorien	15
3 Historische Entwicklung des Tourismus	18
3.1 Ursprünge im Altertum	18
3.2 Der Einfluss des Mittelalters	19
3.3 Renaissance und Aufklärung	19
3.4 Anfänge des modernen Tourismus	20
4 Akteure und Komponenten im Tourismus	23
4.1 Das System Tourismus	23
4.2 Faktoren der touristischen Nachfrage	25
4.3 Faktoren des touristischen Angebotes	27
4.4 Leistungen und Märkte	28
5 Tourismus als Wirtschaftsfaktor	31
5.1 Bedeutung und Besonderheiten des Tourismus	31
5.2 Ökonomische Wirkungen des Tourismus	31
5.2.1 Einkommenseffekte	32
5.2.2 Beschäftigungseffekte und strukturelle Wirkungen	33
5.3 Ausgewählte Merkmale des Tourismus in Deutschland	35
5.3.1 Inbound Tourism (Incoming-Tourismus)	35
5.3.2 Outbound Tourism (Outgoing Tourismus)	35
5.3.3 Ausgaben und Einnahmen Deutschlands im internationalen Reiseverkehr	37
6 Tourismuspolitik	39
6.1 Grundzüge der Tourismuspolitik	39
6.1.1 Tourismuspolitik als Querschnittsdisziplin	39
6.1.2 Intensität und Ausprägung von Tourismuspolitik	41
6.1.3 Stellenwert der Tourismuspolitik	43
6.2 Ebenen der Tourismuspolitik	44
6.2.1 Internationale Tourismuspolitik	44
6.2.2 Supranationale Tourismuspolitik	46
6.2.3 Nationale Tourismuspolitik	47
6.2.4 Regionale Tourismuspolitik	48
6.2.5 Lokal-kommunale Tourismuspolitik	49
6.3 Tourismuspolitik in Krisenzeiten	50
6.3.1 Kontext und Ursachen touristischer Krisen	50
6.3.2 Der Einfluss der Corona-Krise	51

6.3.2.1	Virus und Tourismus – zwei Seiten derselben Medaille	51
6.3.2.2	Tourismuspolitische Maßnahmen	52
6.3.2.3	Ökonomische Folgen für die Tourismuswirtschaft	53
Lösungen der Übungsaufgaben		58
Literaturverzeichnis		65

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Spannweite zwischen Tourismus und Freizeit	13
Abb. 2: Gliederung der Touristen nach Besucherkategorien	14
Abb. 3: Erscheinungsformen des Tourismus	15
Abb. 4: Die Struktur des Systems Tourismus	24
Abb. 5: Tabellensystematik des Tourismus-Satellitenkontos	33
Abb. 6: Beliebte Ziele deutscher Urlaubsreisen 2022	36
Abb. 7: Verhalten bei Urlaubsreisen 2022	36
Abb. 8: Organisation und Buchung von Urlaubsreisen 2022	37
Abb. 9: Querschnittsaufgabe Tourismuspolitik	39
Abb. 10: Tourismuspolitischer Organisationsgrad und touristische Entwicklung	42
Abb. 11: Rückgang der Touristenankünfte im Jahr 2020	51
Abb. 12: In Zusammenhang mit Corona verhängte Reisewarnungen des Auswärtigen Amtes	52
Abb. 13: Übernachtungsanzahl und Umsatzveränderung im deutschen Beherbergungsgewerbe	53
Abb. 14: Entwicklung der Übernachtungen im deutschen Beherbergungsgewerbe (in Mio.) und Chronologie der Corona-Maßnahmen	54
Abb. 15: Corona und Mobilität 2020	55
Abb. 16: Entwicklung der Beschäftigung im deutschen Beherbergungsgewerbe	55

Glossar

Ausflügler	Vorübergehende Besucher, die nicht wenigstens eine Nacht im Besuchsland oder -ort verbringen
Beherbergungsstatistik	Erfasst die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen sowie bei Gästen aus dem Ausland das Herkunftsland in Beherbergungsbetrieben, die über neun oder mehr Betten verfügen
Besucher	Personen, die für weniger als ein Jahr ein Land oder einen Ort besuchen, in dem sie nicht ihren gewöhnlichen Aufenthalt haben, unabhängig vom Grund des Aufenthaltes – mit Ausnahme der Ausübung einer vom Besuchsort aus entlohn-ten Beschäftigung
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
BMWK	Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz
BTW	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e. V.
Destatis	Statistisches Bundesamt
Domestic Tourism	Reisen von Inländern im Land
DRV	Deutscher Reiseverband e. V.
DTV	Deutscher Tourismusverband e. V.
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.
ICAO	International Civil Aviation Organisation
Inbound Tourism	Aus dem Ausland ankommender Tourismus
Incoming Tourism	Ankommender Tourismus, zielt auf überregionale Reise-ströme, nicht auf den Reiseverkehr zwischen Staaten ab
Internal Tourism	Binnenreiseverkehr und Einreiseverkehr eines Landes
International Tourism	Ein- und Ausreiseverkehr eines Landes
Kurzreisen/Kurzurlaubsreisen	Dauer: Zwei bis vier Tage mit mindestens einer Übernach-tung
National Tourism	Binnen- und Ausreiseverkehr eines Landes

1 Einleitung

Die Tourismuswirtschaft befindet sich in der Entwicklung zu einem der ökonomischen Leitsektoren des 21. Jahrhunderts. Reisen ist weltweit zu einem nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil des Konsumverhaltens geworden und liefert einen unverzichtbaren Beitrag zu Wirtschaftsleistung und Beschäftigung. Die Dynamik, welche die Tourismusbranche durchlebt, bezieht sich aber nicht nur auf ihr stetiges Wachstum, sondern auch den durchgängigen Wandel ihrer Rahmenbedingungen. So haben Touristen ständig neue und immer ausgefalleneren Wünsche und lassen sich durch immer differenziertere Reismotive leiten.

An der Bedeutung des Reisens als menschlichem Grundbedürfnis, das Sehnsüchte deckt und weckt, haben auch noch so schwere Krisen nichts geändert. Dafür ist der Tourismus als Bestandteil von Freizeit, aber auch Berufsalltag zu tief im Bewusstsein und Leben der Menschen verankert. Dies gilt auch für die Corona-Pandemie, welche die größte Krise auslöste, die der Tourismus in den letzten Jahrzehnten zu verkraften hatte.

Das vorliegende Studienheft will auf der Basis konzeptioneller Grundlagen ausgewählte Themen der Tourismuswirtschaft einführend behandeln und in gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge einordnen.

Dem Aufbau des Studienheftes liegt folgende Struktur zugrunde:

- Am Anfang stehen die begriffliche Klärung sowie Einordnung und Abgrenzung des Tourismus und seiner Erscheinungsformen.
- Anschließend soll eine ausgewählte Betrachtung der historischen Entwicklung dazu dienen, die Herausbildung des Phänomens Tourismus besser verstehen zu können.
- Es folgen systemtheoretische Ansätze zur Darstellung von Akteuren und Komponenten im Tourismus. Eine besondere Berücksichtigung finden nachfrage- und angebotsseitige Einflussfaktoren sowie die Betrachtung von Leistungsbereichen und Leistungsträgern in der Tourismuswirtschaft. Dabei wird von allgemeingültigen offenen Modellen ausgegangen – unter Einbeziehung moderner Management-, Wettbewerbs- und Strategietheorien.
- Es wird die Bedeutung der Tourismuswirtschaft als ökonomischer Faktor beleuchtet und an ausgewählten Merkmalen des Tourismus auf nationaler und internationaler Ebene verdeutlicht.
- Anschließend werden Bedeutung, Ziele und Inhalte tourismuspolitischer Beziehungen in ihren grundlegenden Strukturen sowie Ebenen der Tourismuspolitik vorgestellt.

2 Gegenstand, Definitionen und Grundbegriffe

Lernziele:

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, können Sie

- erläutern, woher der Begriff Tourismus kommt und was er bedeutet,
- bestimmen, was einen Touristen ausmacht,
- Zusammenhänge zwischen Tourismusformen und Tourismuskategorien herstellen.

2.1 Begriffe und Definitionen des Tourismus

Was heißt eigentlich Tourismus? Das Wort *tournos* bezeichnete im Griechischen ein zirkelähnliches Werkzeug und gelangte über das französische *tour* ins Englische und Deutsche. Kennzeichnend war der Begriff der Rundung, der eine zum Ausgangspunkt zurückkehrende Wendung beinhaltete. Seine Bedeutung als „Rund- oder Spaziergang“ erhielt der Begriff „Tour“ im Frankreich des 17. Jahrhunderts, von wo aus er ins Deutsche übernommen wurde und schließlich zu neuen Wortzusammensetzungen führte, wie Tagestour, Klettertour oder Spritztour.¹

Eine **Tour** ist demnach ein „Wohin-und-zurück“, ein Reiseweg vom normalen Wohnort hin zu einem anderen Ort, an dem man für eine Zeit verweilt, um dann wieder zum Ausgangspunkt zurückzukehren. Ein Tourist ist jemand, der eine solche Tour macht.² Zunehmend wurde jedoch das Wort „Tour“ durch das deutsche Wort „Reise“, dessen Bedeutung auf das altfriesische Wort für „sich erheben“ zurückgeht, ersetzt.

Die **Reise** beinhaltet – im Gegensatz zum Tourismus – allerdings lediglich das Wegfahren, bei dem das Wiederkommen enthalten ist. Entsprechend umfasst der Begriff „Reiseverkehr“ das Verlassen des eigentlichen Wohnortes, also z. B. auch Umzug, Auswandern oder Flucht, und bleibt in diesem Zusammenhang unspezifisch.³

Dagegen werden die Begriffe Fremdenverkehr und Tourismus meist synonym verwendet.⁴ Dabei hat die Begriffsverwendung einen unterschiedlichen Hintergrund. Abgeleitet aus dem Adjektiv „fremd“ bezieht sich der Begriff **Fremdenverkehr** vor allem auf die Aufnahme von Gästen („Fremden“), die aus der Sicht der Bürger ihre Orte besuchen. Im Gegensatz dazu wird unter Tourismus das zeitweilige Verlassen des Wohnortes verstanden, also das Wegfahren, Verweilen und Wiederankommen. In beiden Fällen spricht man jedoch von Touristen.

Es kann indes davon ausgegangen werden, dass die zunehmende Globalisierung den Begriff „Fremdenverkehr“ zugunsten des Begriffs „Tourismus“, der auch in vielen anderen Sprachen Verwendung findet, verdrängt.

Tourismus kann verstanden werden als

*„Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlicher noch dauernder Wohn- oder Arbeitsort ist“.*⁵

¹ Vgl. Hinterholzer/Jooss 2013, S. 2 f.

² Vgl. Mundt 2013, S. 2

³ Vgl. Mundt 2013, S. 1.

⁴ Vgl. Freyer 2015, S. 8 f.

⁵ Kaspar 1991, S. 18

Eine heute gängige Tourismusdefinitionen stammt von der statistischen Kommission der Vereinten Nationen (UN) und der Welttourismusorganisation (UNWTO). Danach umfasst Tourismus „Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten“.⁶

Daraus ergeben sich drei konstitutive Merkmale für Tourismus:

- Ortswechsel (Reise),
- vorübergehender Aufenthalt und Absicht zur Wiederkehr,
- Vorhandensein eines touristischen Motivs,

die im Folgenden näher betrachtet werden sollen.

1. Reise

Darunter ist die Raumüberwindung von A nach B zu verstehen, unabhängig von Entfernung, Dauer und Verkehrsmittel. Davon eingeschlossen sind Naherholung, Ausflugsverkehr, Durchreiseverkehr, ausgeschlossen Reisen am Wohnort und Routinereisen.

Unter dem Begriff Reise werden zwei unterschiedliche Vorgänge subsumiert, weshalb man unterscheiden kann zwischen *Reisen im engeren Sinne*, bei denen die Ortsveränderung sowie das benutzte Verkehrsmittel, wie z. B. Flugreise, Bahnreise usw., im Vordergrund stehen (meist nur Ortsveränderung) und *Reisen im weiteren Sinne*, d. h. der Aufenthalt am fremden Ort. Gleichzeitig erfolgt häufig eine konkretere Bestimmung des Zwecks der Reise, d. h. die Bestimmung der Reisemotivation wie z. B. Urlaubsreise, Geschäftsreise usw. (nicht nur Ortsveränderung, sondern auch Aufenthalt).

2. Vorübergehender Aufenthalt

Charakteristisch ist, dass der Aufenthaltsort nicht der hauptsächliche oder dauernde Wohn- oder Arbeitsort ist, sondern nach gewisser Zeit wieder verlassen wird. Davon eingeschlossen sind Aufenthalte in Ferienwohnungen sowie Geschäfts-, Kongress- und Messereisen, ausgeschlossen Arbeits- und Bildungspendler. Die Frage, wann jemand ein Tourist ist, kann leicht beantwortet werden, wenn man den Zweck des Aufenthaltes an einem fremden Ort berücksichtigt. Allerdings ergeben sich auch Grenzfälle, z. B. bei Geschäftsreisenden, wenn der Aufenthalt länger dauert, wie z. B. bei Projektarbeiten. Es gibt keine genaue Bestimmung, wann ein geschäftlicher Aufenthalt nicht nur vorübergehend ist.

3. Touristisches Motiv

Ortswechsel und Aufenthalt erfolgen aus ganz bestimmten Gründen/Motiven. Diese

- sind sehr unterschiedlich. Das Motiv kann Urlaubs-/Freizeitgestaltung sein, aber auch dem Zweck dienen, geschäftliche Aufgaben oder medizinische Behandlungen in Anspruch zu nehmen;
- bewirken bestimmtes Verhalten/bestimmte Aktivitäten. Einerseits werden verschiedene Freizeitaktivitäten, wie Kultur, Sport und Shopping, durchgeführt, andererseits spielt bei Geschäftsreisenden z. B. die verkehrsgünstige Unterbringung am Dienort eine Rolle;
- beeinflussen Leistungen, die von Touristen in Anspruch genommen werden. Demzufolge werden auch unterschiedliche Leistungen in Anspruch genommen. Auch hier gibt es Überschneidungen, wie z. B. bei Kultur und Shopping;
- führen zu bestimmten Erscheinungsformen des Tourismus, die vom Freizeitbegriff abzugrenzen sind.

⁶ UNWTO 1993

Die Begriffe Tourismus und Freizeit werden oft gemeinsam verwendet, obwohl sie sachlich, zeitlich und räumlich eng miteinander verbunden sind, aber nicht absolut deckungsgleich sind. Freizeit kann als die verbleibende Zeit betrachtet werden, die nach Abzug der fremdbestimmten Determinationszeit (z. B. Arbeits-, Schul- und Ausbildungszeit), der physiologisch-regenerationsbedingten Zeit (Schlafen, Essen, Körperpflege) und der hauswirtschaftlichen Verpflichtungen (Einkaufen, Kochen, Putzen) bleibt. Diese Zeiten sind determiniert, während über die Zeitpunkte und Dauer der Freizeit jeder Einzelne frei entscheiden kann. In einem positiven Verständnis repräsentiert Freizeit die verfügbare Zeit, die frei, selbstbestimmt, ungebunden und vom subjektiven Empfinden geprägt ist, mit einem hohen Maß an Wahlfreiheit, frei von Zwängen und Verpflichtungen.

Der Freizeitbegriff schließt den Tourismus ein, der als das Verbringen von Freizeit an einem anderen Ort im Sinne eines zeitlich begrenzten "Gegenalltags" definiert ist. Allerdings ist nicht jede touristische Aktivität (z. B. geschäfts- oder gesundheitsbezogenes Reisen) gleichbedeutend mit Freizeit.

Die Spannweite zwischen Tourismus und Freizeit beginnt mit dem Tagesausflugs- oder Naherholungstourismus im Wohnortumfeld ohne Übernachtung. Es folgt der Kurzzeittourismus mit höchstens vier Übernachtungen, wie beispielsweise ein Städtetrip oder Wellnnessaufenthalt an einem verlängerten Wochenende. Der Langzeittourismus mit einer Dauer von mindestens vier Wochen, wie Kreuzfahrten oder Überwinterungsaufenthalte, bildet den Kontrast dazu. Der Kernbereich des Tourismus mit mindestens fünf und höchstens 27 Übernachtungen liegt zwischen diesen beiden Polen.

Es gibt Tourismusformen mit überwiegender oder ausschließlicher Freizeitkomponente, aber es gibt auch Arten des Tourismus, die nur teilweise oder gar nichts mehr mit Freizeit zu tun haben. Dazu gehören der klassische Kurtourismus mit mehrwöchigen Kur- oder Reha-Aufenthalten sowie der Bildungs- und Tagungstourismus, bei dem eine gewisse Freizeitkomponente für Entspannung und Abwechslung vorhanden ist. Im reinen, nicht privaten Dienst- und Geschäftsreiseverkehr, wie in Kundenakquise, geschäftlicher Kontaktpflege und Messebesuchen, entfällt diese Komponente vollständig⁷.

⁷ Vgl. Neumair et al. 2019, S. 3 ff.

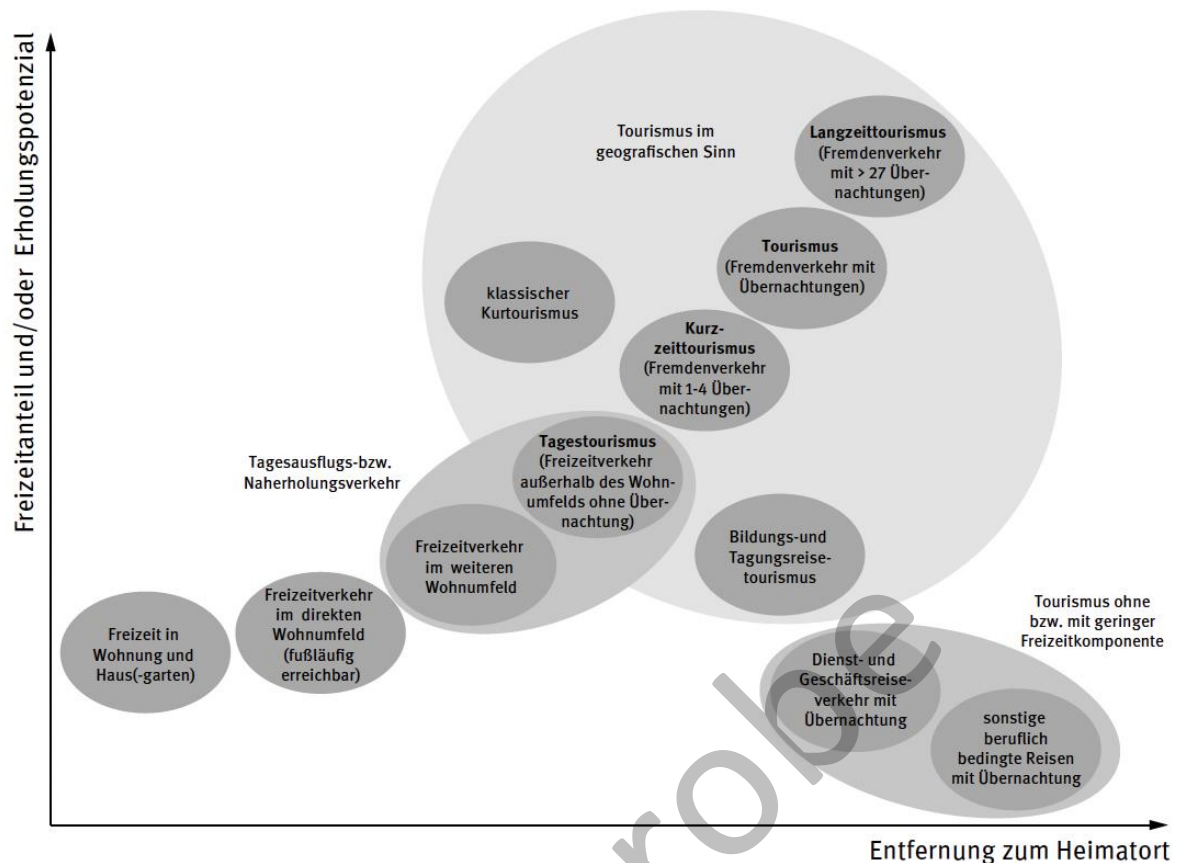


Abb. 1: Spannweite zwischen Tourismus und Freizeit; Quelle: Neumair et al. 2019, S. 4

2.2 Differenzierung der Reisenden

Sämtliche Arten der im Tourismus erfassten Reisenden werden als **Besucher** bezeichnet. Deshalb stellt der Begriff „Besucher (visitor)“ das grundlegende Konzept des gesamten Systems der Tourismusstatistik dar.

Nur die Besucher sind in der Tourismusstatistik enthalten. Sie grenzen sich von den Reisenden insgesamt („travellers“) durch eine **touristische Motivation** bzw. einen touristischen **Reisezweck** ab. Dabei lässt sich unterscheiden zwischen:

- Freizeit, Erholung und Urlaub/Ferien,
- Besuch bei Freunden, Bekannten und Verwandten,
- Geschäft und Beruf,
- Gesundheit,
- Religion/Wallfahrt,
- Sonstigem.

Auch diese Bestimmung schließt Reisen am Wohnort und Pendler aus.

Besucher werden nach gängiger UNWTO-Klassifikation unterschieden nach internationalen und inländischen Besuchern (vgl. Abbildung 2):

Bei **internationalen Besuchern („international visitors“)** handelt es sich um jede Person, die für die Dauer von nicht mehr als 12 Monaten ihre gewohnte Umgebung verlässt und in ein anderes als dasjenige Land reist, in dem sie ihren gewöhnlichen Wohnsitz hat. Der hauptsächliche Reisezweck ist ein anderer als die Ausübung einer Tätigkeit, die von dem besuchten Land aus entgolten wird.

Bei **inländischen Besuchern („domestic visitors“)** handelt es sich um jede Person, die in dem gegebenen Land ihren Wohnsitz hat und für die Dauer von nicht mehr als 12 Monaten ihre gewohnte Umgebung verlässt, um an einen anderen Ort innerhalb dieses Landes zu reisen, und deren hauptsächlicher Reisezweck ein anderer ist als die Ausübung einer Tätigkeit, die von dem besuchten Ort aus entgolten wird.

Außerdem wird zwischen Touristen und Tagesbesuchern differenziert:

Touristen („tourists“, übernachtende Besucher):

- Ein **internationaler Tourist** ist ein Besucher, der wenigstens eine Nacht in einem Beherbergungsbetrieb oder einer Privatunterkunft in dem besuchten Land verbringt.
- Ein **inländischer Tourist** ist ein Besucher, der wenigstens eine Nacht in einem Beherbergungsbetrieb oder einer Privatunterkunft am besuchten Ort verbringt.

Tagesbesucher („same-day visitors“):

- Ein **internationaler Tagesbesucher** ist ein Besucher, der nicht in dem besuchten Land übernachtet.
- Ein **inländischer Tagesbesucher** ist ein Besucher, der nicht am besuchten Ort übernachtet.

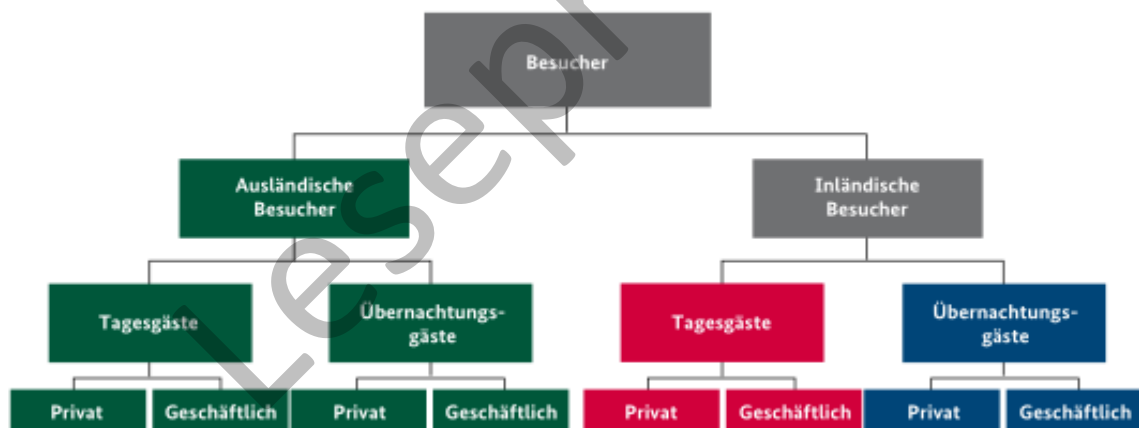


Abb. 2: Gliederung der Touristen nach Besucherkategorien; Quelle: BMWi 2012, S. 19

Merke:

Touristen sind diejenigen Besucher, die mindestens eine Nacht in einem Beherbergungsbetrieb oder einer Privatunterkunft in dem besuchten Land bzw. Ort verbringen. Dazu werden z. B. auch Crews von Flugzeugen gerechnet.

Besucher, die in dem besuchten Land oder Ort nicht übernachten, sind Tagesbesucher oder Ausflügler. Dazu zählen z. B. auch Passagiere von Kreuzfahrtschiffen oder Zugreisende (z. B. Orient-Express).

2.3 Grundformen des Tourismus und Tourismuskategorien

In Bezug auf die unterschiedlichen Reiseströme eines bestimmten Landes ergeben sich aus der Sicht der Nachfrage folgende **Grundformen des Tourismus**⁸:

- Der **Binnenreiseverkehr („domestic tourism“)** bezieht sich auf die Inländer (im Inland wohnhafte Personen, unabhängig von ihrer Staatsbürgerschaft) eines gegebenen Landes, soweit sie nur innerhalb ihres Landes reisen.
- Der **Einreiseverkehr („inbound tourism“)** bezieht sich auf die Ausländer (im Ausland wohnhafte Personen, unabhängig von ihrer Staatsbürgerschaft), die in ein gegebenes Land reisen.
- Der **Ausreiseverkehr („outbound tourism“)** bezieht sich auf die Inländer, die in ein anderes Land reisen.

Betrachtet man den Einreiseverkehr bezogen auf eine Region (nicht ein Land), so können die beschriebenen Grundformen analog dargestellt werden. Vielfach werden allerdings in diesem Fall die Bezeichnungen **Incoming-Tourismus** statt inbound tourism sowie **Outgoing-Tourismus** anstelle von outbound tourism verwendet.

Unterschiedliche Kombinationen dieser drei Grundformen des Tourismus ergeben die folgenden **Tourismuskategorien**:

- Der **Inlandstourismus („internal tourism“)** umfasst den Binnenreiseverkehr (domestic tourism) und den Einreiseverkehr (inbound tourism) eines Landes. Er erfasst die in- und ausländischen Besucher (domestic visitors und international visitors), die in einem gegebenen Land reisen.
- Der **ationale Tourismus („national tourism“)** umfasst den Binnenreiseverkehr (domestic tourism) und den Ausreiseverkehr (outbound tourism). Er erfasst die Besucher (visitors), die im eigenen Land oder in ein anderes Land reisen.
- Der **internationale Tourismus („international tourism“)** umfasst den Einreise- (inbound tourism) und den Ausreiseverkehr (outbound tourism). Er erfasst die Besucher, die in ein gegebenes Land einreisen (Ausländer) oder aus einem gegebenen Land ausreisen (Inländer).

Abbildung 3 verdeutlicht die Zusammenhänge bezogen auf ein Land.

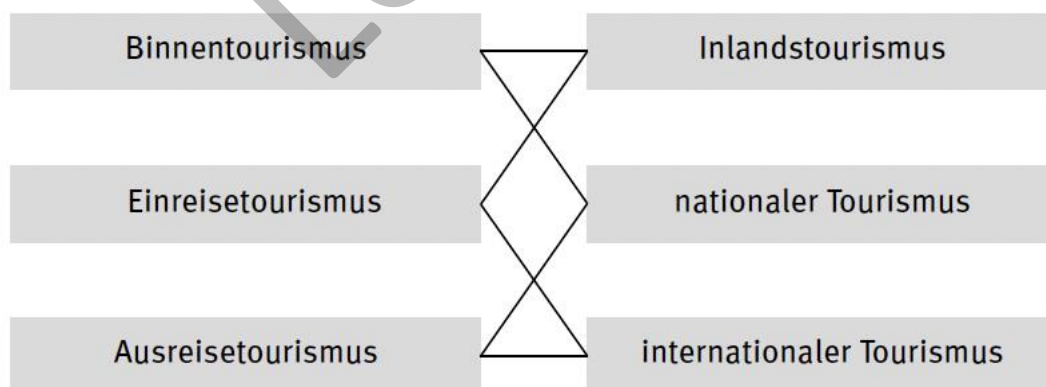


Abb. 3: Erscheinungsformen des Tourismus; Quelle: Neumair et al. 2019, S. 5

⁸ Vgl. Neumair et al. 2019, S. 5

Merke: Aus der Sicht eines Landes lassen sich die Reiseströme in Binnenreiseverkehr (domestic tourism), Einreiseverkehr (inbound tourism) und Ausreiseverkehr (outbound tourism) differenzieren.

Aus der Kombination dieser Grundformen lassen sich die Tourismuskategorien Inlandstourismus (internal tourism), Nationaler Tourismus (national tourism) und Internationaler Tourismus (international tourism) ableiten.

Leseprobe

Übungsaufgaben zur Selbstkontrolle

SK

K 2.1

1. Was ist entsprechend der UNWTO-Definition unter Tourismus zu verstehen?
2. Entwickeln Sie aus der Tourismusdefinition der UNWTO konstitutive Merkmale des Tourismus!
3. Welche Reisen werden danach als Tourismus ausgeschlossen?

K 2.2

1. Nehmen Sie eine Differenzierung der Reisenden vor!
2. Wodurch unterscheiden sich die Besucher von anderen Reisenden?
3. Welche Reisenden sind in der Tourismusstatistik erfasst?
4. Frau A. ist für eine Saison im Hotel eines Kurortes angestellt. Ist sie eine Touristin?
5. Eine Sportgruppe nimmt an einem Marathon teil und übernachtet für ein Wochenende in einem nahegelegenen Gasthof. Sind die Sportler Touristen?
6. Warum werden die Crews von Flugzeugen als Touristen und die Passagiere von Kreuzfahrtschiffen als Tagesausflügler erfasst?

K 2.3

1. Differenzieren Sie Reiseströme aus der Sicht eines Landes!
2. Was ist unter domestic, inbound, outbound, internal, national und international tourism zu verstehen?

4 Akteure und Komponenten im Tourismus

Lernziele:

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, können Sie

- den Tourismus als System erkennen und Akteure und Komponenten darstellen,
- Faktoren der touristischen Nachfrage und des touristischen Angebotes charakterisieren,
- Marktmodelle im Tourismus entwickeln und Tourismusbetriebe einordnen.

4.1 Das System Tourismus

Der Tourismusbegriff ist breit gefasst und geht über das allgemeine Verständnis von Urlaubsreisen weit hinaus. Eine Abgrenzung kann bezogen auf folgende Merkmale vorgenommen werden:

- Der Tourismus beinhaltet sowohl Geschäfts- wie Ferienreisen. Allein ausschlaggebend ist das Kriterium der Bewegung außerhalb des normalen Arbeits- und Wohnumfeldes.
- Der Tourismus umfasst nicht nur Angebote wie Hotels, Bergbahnen, Strände, Nachfrager oder Märkte und Mittler wie Reisebüros und Reiseveranstalter. Zum Tourismus müssen als direktverbundenes Phänomen auch seine wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen und ökologischen Folgen gezählt werden.
- Der Tourismus ist nicht nur ein Wirtschafts-, sondern auch ein wichtiger Lebensbereich. Er umfasst den Menschen, sein Verhalten und seine Wirkungen außerhalb seines gewohnten Umfeldes, wobei der moderne Mensch immer weniger Zeit in seinem normalen angestammten Lebensumfeld verbringt.¹⁵

Somit ist Tourismus gekennzeichnet durch die Ausprägung von ökonomischen, rechtlichen, politischen, ökologischen und sozialen Beziehungen zwischen:

- den Menschen außerhalb ihres gewohnten Umfeldes in ihrer Rolle als Touristen,
- den touristischen Unternehmen, die den Erfordernissen der Reisenden entsprechen müssen,
- den Institutionen, die den Tourismus regulieren,
- den vom Tourismus direkt oder indirekt betroffenen Einwohnern des Gastlandes oder Gastortes und
- touristisch verursachten Umweltveränderungen.

Alle in der Tourismuswirtschaft anstehenden Probleme lassen sich nur aus einer mehrdimensionalen Sicht lösen. Insbesondere mit der Entwicklung des Reisens als Massenphänomen müssen neben der ökonomischen auch die politische, gesellschaftliche und natürliche Umwelt als Einflussfaktoren einbezogen werden.

Touristische Systeme (vgl. Abbildung 4) sind offene Systeme, d. h. in Verbindung mit anderen Systemen, und dynamische Systeme, d. h., sie verändern sich laufend.

¹⁵ Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 2 ff.

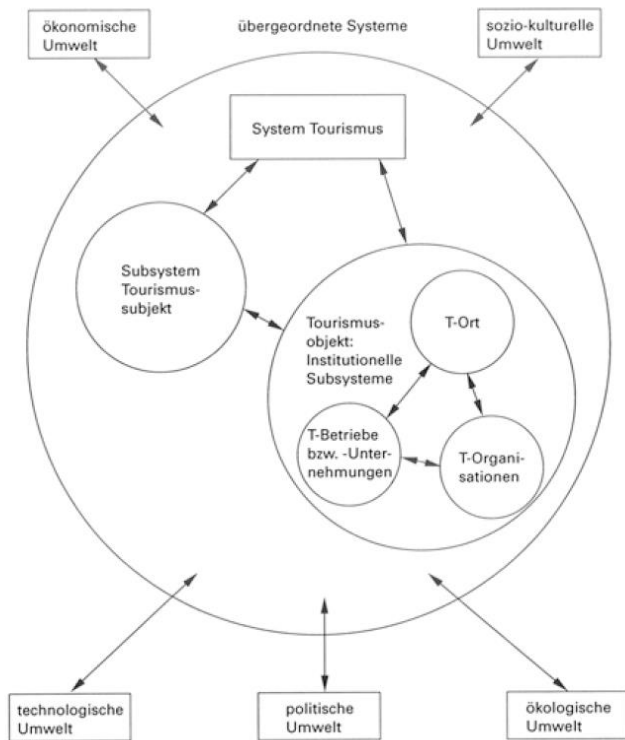


Abb. 4: Die Struktur des Systems Tourismus; Quelle: Hinterholzer/Jooss 2013, S. 10

Systemelemente im System Tourismus sind:

- Tourismussubjekt (**Nachfrage**),
- Tourismusobjekt (**Angebot**): Tourismusbetriebe, Tourismusorte, Tourismusorganisationen etc.

Die zu betrachtenden **Räume** sind:

- Zielgebiete (**Destinationen**),
- Quellgebiete (**Orte der Nachfrage**).

Wechselwirkungen bestehen mit anderen Systemen (**Umweltsphären**), d. h. mit der

- soziokulturellen Umwelt,
- ökonomischen Umwelt,
- politischen Umwelt,
- technologischen Umwelt,
- ökologischen (natürlichen) Umwelt.

Die Systemelemente stehen miteinander und mit der Umwelt in **Beziehung**, woraus sich die **Systemstruktur** ergibt.

Merke:

Das System Tourismus setzt sich aus den Subsystemen Tourismussubjekt und Tourismusobjekt zusammen. Das Tourismusobjekt wird gebildet durch die institutionellen Subsysteme Tourismusort, Tourismusbetriebe und Tourismusorganisationen.

Zur Systemumwelt gehören die soziokulturelle, ökonomische, politische, technologische und natürliche Umwelt.

4.2 Faktoren der touristischen Nachfrage

Dass es überhaupt eine touristische Nachfrage gibt, hängt vor allem davon ab, dass jemand reisen *will (oder muss)*, d. h. eine touristische Motivation vorliegt.

Die konkreten Erscheinungsformen touristischen Verhaltens zeigen, dass Reisen aus mannigfaltigen Motiven nachgefragt werden und daher in vielen Varianten und stark differenzierten Qualitäten angeboten und gestaltet werden müssen. Solche Motive können sein:

- Entspannung, Erholung, Gesundheit;
- Aktivurlaub, Sport;
- Geselligkeit, Familie, Leute kennenlernen;
- Neues kennenlernen, Bildung, Begegnung;
- Abenteuer, Erlebnisse, Exotisches;
- Natur und Landschaft;
- Flucht aus dem Alltag, Prestige, Lernen/Selbstverwirklichung.

Für die touristischen Anbieter ist es sehr wichtig, diese Beweggründe ihrer Kunden zu kennen, um ihr Angebot danach auszurichten.

Zu dem Bestimmungsfaktor „Ob“ (reise ich überhaupt und warum?) kommt noch ein weiterer Bestimmungsfaktor hinzu – das „Wie“. Ebenso wie das „Ob“ ist auch das „Wie“ sehr vielschichtig und schwierig zu modifizieren. Dabei spielen mehrere Fragen, wie z. B. individuelle Präferenzen und Möglichkeiten (z. B. Zeit und Geld, Gesundheit), aber auch kollektive Möglichkeiten (z. B. politische Bedingungen) eine Rolle. Ausgehend von Kriterien des „Ob“ und „Wie“, kann die Tourismusnachfrage wie folgt modifiziert werden:¹⁶

nach dem Reisegrund (Tourismustypen):

- Erholungstourismus,
- Geschäftstourismus (Messe-, Tagungs- und Kongresstourismus),
- Kultur- und Bildungstourismus (Bildung, Forschung),
- Geselligkeitstourismus (Verwandte und Freunde besuchen),
- Gesundheitstourismus (z. B. Kuren),
- religiöse Reisen (Pilgerreisen, Wallfahrten),
- Abenteuerstourismus,
- Sporttourismus

nach operativen Kriterien:

- Organisationsform: Individualtourismus, Pauschalismus;
- Beförderungsmittel: Flug-, Bahn-, Bus-, Schiffsreisen;
- Beherbergungsart: Hotellerie und Parahotellerie (Camping, Ferienheime, Jugendherbergen usw.);
- Zahl der Reisetilnehmer: Individual-, Gruppen-, Massentourismus;
- Reisedauer: Tages-, Kurz-, Langzeitreise;
- Reiseentfernung: Inlandstourismus, Auslandstourismus, Naherholung, Fernreisen;
- Reisezeit: Sommer/Winter, Hoch-/Nebensaison;
- Reiseziel: Strandtourismus, alpiner Tourismus, Rundreisen, Städtereisen

¹⁶ Vgl. Bieger 2010, S. 89 ff.; Kagermeier 2020, S. 55 ff.

nach demografischen Kriterien:

- Alter der Reiseteilnehmer: Kinder-, Jugend-, Seniorenreisen;
- Familienstand: Single- oder Familienreisen

nach der Qualität der Auswirkungen (Tourismusformen):

- Massentourismus;
- alternativer Tourismus;
- sanfter Tourismus;
- nachhaltiger Tourismus.

Die Touristen erwarten vom System Tourismus, dass es ihren Bedürfnissen nach Erholung, Abwechslung, Prestige, Lernen oder Selbstverwirklichung so weit wie möglich entspricht. Die zu erbringende touristische Leistung besteht daher aus einem Bündel sach- und personenbezogener Leistungen, die der Tourist im Rahmen seiner Ortsveränderung und während seines Aufenthaltes in der Destination in Anspruch nimmt. Das bedeutet, dass in der Praxis die Bestimmungsfaktoren touristischer Nachfrage in den **unterschiedlichsten Kombinationen** auftreten:

- Klassische Motivationen wie Erholung werden zunehmend durch mehrdimensionale Motivbündel ersetzt (z. B. Abenteuer, Sport).
- Geschäftsreisen werden um Rahmenprogramme ergänzt, die ihrerseits auf Erholung oder Bildung abzielen können.
- Verkehrsträger können in Kombination auftreten (z. B. Anreise mit dem Flugzeug, Busfahrten am Zielort usw.).

Der Reisewirtschaft kommt die Aufgabe zu, das touristische Gesamtprodukt aus den verschiedenen Bausteinen bzw. Produktkomponenten zusammenzusetzen und optimal entsprechend den Kundenwünschen aufeinander abzustimmen.

Reisemotive verändern sich mit hoher Dynamik, beeinflusst durch allgemeine Trends und Entwicklungen der Gesellschaft und Einflüsse aus den verschiedensten Umweltbereichen. Für die nächste Zukunft kristallisieren sich folgende Trends heraus:¹⁷

- zunehmende Globalisierung durch die immer stärker werdende Verflechtung verschiedener Gesellschaften, Kulturen und Wirtschaften auf Makro- und Mikroebene, beeinflusst durch technologische Veränderungen und zunehmende Mobilität
- zunehmende Bedeutung digitaler Technologien und sozialer Netzwerke, v. a. hinsichtlich der für den Konsum touristischer Leistungen erforderlichen umfassenden Information, verbunden mit immer kurzfristigeren Entscheidungen
- Wirkungen des soziodemografischen Wandels, insbesondere durch die steigende Zahl älterer Urlauber und ihre besonderen Wünsche, Bedürfnisse und Ansprüche
- zunehmendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Eigenverantwortung, v. a. in Bezug auf den Klimawandel, die Umweltverschmutzung und die soziale Fürsorge
- Ein steigendes Gesundheitsbewusstsein, verbunden mit der Entwicklung des zweiten Gesundheitsmarktes (individuelle Gesundheitsleistungen, Fitness, Wellness, Gesundheitstourismus), führen dazu, dass auch im Tourismus gesundheitliche Aspekte mehr an Bedeutung gewinnen.
- Zukünftig geht es weniger um die Befriedigung von Bedürfnissen; wichtiger wird die Schaffung von Erlebnissen, verbunden mit der Erwartung eines emotionalen oder materiellen Mehrwerts (value added).

¹⁷ Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 5 f.

- Es zeichnet sich insbesondere in der jungen Generation ein Wertewandel hinsichtlich mehr Genuss und Bescheidenheit ab, verbunden mit der zunehmenden Ausprägung wir-bezogener Sozialwerte.
- Bedingt durch das Coronavirus: Steigende Wertschätzung und Sensibilität gegenüber dem Reisen. Tourismus ist keine Selbstverständlichkeit mehr.

Die Tourismusanbieter stehen vor der Herausforderung, Trends frühzeitig zu erkennen, in Innovationen umzusetzen und Handlungsoptionen abzuleiten, um sich zukunftsfähig am Markt zu positionieren.

Merke: Nach der touristischen Motivation werden verschiedene Tourismustypen unterschieden.

Aus der Gliederung nach Umweltfaktoren ergeben sich unterschiedliche Tourismusformen.

Die touristische Gesamtleistung stellt ein Leistungsbündel aus sach- und personenbezogenen Dienstleistungen dar, die sich aus der Ortsveränderung des Touristen und seinem Aufenthalt in der Destination ergeben.

Reisemotive verändern sich mit hoher Dynamik, beeinflusst durch gesellschaftliche, politische und technische Entwicklungen.

4.3 Faktoren des touristischen Angebotes

Faktoren des touristischen Angebotes sind das ursprüngliche und das abgeleitete Angebot.¹⁸

Das **ursprüngliche touristische Angebot** umfasst diejenigen Faktoren, die zunächst keinen direkten Bezug zum Tourismus haben, aber durch ihre Anziehungskraft dem Tourismus Richtung und Gestalt geben. Dazu zählen:

- **natürliche Attraktionen** im Sinne natürlicher Gegebenheiten, wie die geografische Lage, das Klima, die Vegetation, die Tierwelt, das Landschaftsbild, die Luftbeschaffenheit etc.;
- **soziokulturelle Faktoren**, wie Kultur, Bauwerke, Tradition, Brauchtum, Gastfreundschaft etc.;
- die allgemeine **Infrastruktur** mit den Einrichtungen der Ver- und Entsorgung, wie Verkehrswege, Energie- und Wasserversorgung, Entsorgungssysteme, Einkaufsmöglichkeiten.

Faktoren des **abgeleiteten Angebots** sind alle Einrichtungen und Leistungen, die von Unternehmen speziell für eine touristische Verwendung erstellt werden. Darunter fallen:

- **Einrichtungen des Aufenthalts**, wie Einrichtungen der Hotellerie und Parahotellerie, gastronomische Einrichtungen etc.;
- **Einrichtungen der Vermittlung**, wie Tourismusinformationen, Reisebüros etc.;
- **Infrastrukturanlagen**, wie Skilifte, Langlaufloipen, Freizeitparks, Bootsverleihe, Erlebnisbäder etc.;
- **speziell arrangierte Events**, wie Kurkonzerte, Musik-, Theater- oder Filmfestivals, Sportveranstaltungen, wiederbelebte Folklore etc.;

¹⁸ Vgl. Neumair et al. 2019, S. 102 ff.

- besonders für Touristen eingerichtete **Highlights**, wie Museen, Galerien, historische Schauplätze, Spielkasinos etc.;
- **Souvenirs** aller Art.

Abgerundet werden ursprüngliches und abgeleitetes Angebot durch **immaterielle Angebote** (Zusatzleistungen). Zu nennen sind z. B. Attraktivität oder Image einer Destination, aber auch Erlebnisse oder Glücksmomente, die dort erlebt werden können. Hierbei handelt es sich eher um weiche Faktoren, die schwer zu messen sind und mehr einen subjektiven Charakter aufweisen. Oft wird das immaterielle Angebot auch mit der Seele eines Ortes oder dem Ambiente bzw. dem Flair umschrieben. Gastfreundschaft, die Kommunikation der Einheimischen mit den Touristen sowie die Begegnung der Touristen untereinander sind weitere mögliche Felder.¹⁹

Aus Nachfragesicht sind es somit zwei **Besonderheiten, die das touristische Produkt charakterisieren**:

- Tourismus/Reise als **Leistungsbündel** (Gesamtprodukt): Nachfrager interessieren sich weniger für die Teilkomponenten der touristischen Leistung, sondern mehr für das touristische Gesamtprodukt.
- **Kern- und Zusatzprodukte**: Touristische Nachfrager interessieren sich i. d. R. weniger für die technischen Teilleistungen, sondern mehr für die Attraktivität einer Reise. Beide stehen im Mittelpunkt der touristischen Nachfragewünsche und werden zumeist als Kern- und Zusatzprodukt bezeichnet.

Merke: Faktoren des touristischen Angebotes sind primär-ursprüngliche und sekundär-abgeleitete Faktoren.

Ursprüngliche Faktoren haben zunächst keinen direkten Bezug zum Tourismus (wie z. B. natürliche Gegebenheiten), abgeleitete Faktoren ergeben sich aus speziell für eine touristische Verwendung erstellten Einrichtungen und Leistungen.

Das touristische Produkt als Gesamtprodukt besteht aus Kernprodukt (Inner Circle) und Zusatzprodukt (Outer Circle).

4.4 Leistungen und Märkte

Ein touristisches Produkt besteht aus mehreren sich ergänzenden Dienstleistungen, die Produktion, Distribution und Konsumtion der touristischen Gesamtleistung bezogen auf Ortsveränderung und Aufenthalt beinhalten. Daraus folgt, dass es keine eigentliche Tourismusbranche gibt, die von der Angebotsseite her definiert werden kann. Tourismus kann nur aufgrund der Nachfrage definiert werden.

Aus makroökonomischer Sicht gehört jede durch touristisch bedingte Nachfrage angebotene und verkaufte Wertschöpfung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus. Mikroökonomisch betrachtet ergibt sich die Notwendigkeit einer Abgrenzung:²⁰

¹⁹ Vgl. Neumair et al. 2019, S. 105.

²⁰ Vgl. Neumair et al. 2019, S. 18.

Die **Tourismusindustrie i. e. S.** umfasst Unternehmen, deren Absatz zu mehr als 50 Prozent durch touristisch bedingte Nachfrage entsteht: Gastgewerbe, Reisemittler, Reiseveranstalter, Transporteur u. a.

Die **ergänzende Tourismusindustrie** kann man als Unternehmen auffassen, deren Absatz zu mehr als 25 Prozent, aber weniger als 50 Prozent durch touristisch bedingte Nachfrage entsteht. Diese Unternehmen haben sich mit einigen Leistungen auf touristische Nachfrage spezialisiert, beschreiben aber auch andere maßgebliche Vertriebs- und Absatzwege, z. B. Reisebuchverlage, Kreditkartenfirmen, Souvenirhandwerk usw.

Die **touristische Randindustrie** umfasst alle Unternehmen, deren Absatz zu weniger als 25 Prozent durch touristisch bedingte Nachfrage entsteht: saisonal/regional Reisende als Kunden (z. B. Fotoindustrie, Tankstellen, Einzelhandel, Ärzte usw.).

Darüber hinaus gibt es noch eine Reihe von Zulieferern für touristische Betriebe, wie z. B. Bauunternehmen, Getränkegroßhandel, Lebensmittelproduzenten.

Die Tourismusindustrie i. e. S. beinhaltet viele Branchen. Betrachtet man die allgemein der touristischen Wertschöpfungskette zugrunde liegenden Wertschöpfungsstufen aus funktionaler Sicht, lässt sich eine Strukturierung wie folgt vornehmen:

- Produktion der **Basisleistungen** durch die touristischen Leistungsträger: Flug-, Bahn- und Schiffsreisen, Hotel- und Parahotellerie, Mietwagen, Unterhaltungs-, Freizeit- und Sportangebote, Versicherungsdienstleistungen
- **Vermittler:** Produzenten, die aus Basisprodukten Pakete bilden und diese direkt oder indirekt verkaufen (Reiseveranstalter), d. h. Verkaufsstellen, die Basisprodukte oder Pakete verkaufen (Reisebüros); regionale oder andere Institutionen, die spezielle Produkte vermitteln oder verkaufen (Tourismusverbände etc.).
- **Kunden** sind Personen, die allein oder in Gruppen Urlaubs- oder Geschäftsreisen unternehmen und die Leistungen der Leistungsanbieter in Anspruch nehmen. Unternehmen, die Geschäftsreisen für ihre Mitarbeiter bezahlen, sind auch zu den Kunden zu zählen.

Merke: Es gibt keine angebotsseitig abgegrenzte Tourismusbranche. Tourismus kann nur aufgrund der Nachfrage definiert werden.

Zu den Betrieben der engeren Tourismuswirtschaft gehören diejenigen, die direkt an der Erstellung des touristischen Grundprodukts beteiligt sind. Das sind einerseits touristische Leistungsträger wie Verkehrsbetriebe und Gastgewerbe und andererseits Reiseveranstalter und Reisemittler.

Destinationen und damit verbundene Tourismusorganisationen haben eine Zwitterfunktion.

Übungsaufgaben zur Selbstkontrolle

SK

K 4.1

Warum lassen sich alle in der Tourismuswirtschaft anstehenden Probleme nur aus einer mehrdimensionalen Sicht lösen?

K 4.2

Ordnen Sie tabellarisch den operativen Kriterien Organisationsform, Beförderungsmittel, Beherbergungsart, Zahl der Reiseteilnehmer, Reisedauer, Reiseentfernung, Reisezeit und Reiseziel exemplarische Tourismusformen zu!

K 4.3

In der Praxis treten die Bestimmungsfaktoren touristischer Nachfrage in den unterschiedlichsten Kombinationen auf. Welche Aufgabe kommt dabei der Reiseindustrie zu?

K 4.4

Entwickeln Sie ein Marktmodell des Kulturtourismus! Berücksichtigen Sie dabei die kulturtouristischen Leistungsträger (Reiseleiter, Verkehrsträger, Tourismusverband, Destination, Beherbergungsbetrieb und Kulturveranstalter) sowie die Produkte Städtereise, Studienreise, Sprachreise und Themenreise!

K 2.1

1. Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten.
2.
 - Ortswechsel
 - Vorübergehender Aufenthalt
 - Vorhandensein eines Motivs
3. Reisen am Wohnort, Routinereisen, langfristige Ortsveränderungen und Wanderungen zur vorübergehenden Arbeitsausübung werden ausgeschlossen.

K 2.2

1. Besucher (visitors) und andere Reisende (other travellers). Besucher werden differenziert in: Touristen (tourists) und Tagesbesucher (same day visitors).
2. Sie grenzen sich von den Reisenden insgesamt (travellers) durch eine touristische Motivation (dementsprechenden Reisezweck) ab.
3. Nur die Besucher sind in der Tourismusstatistik enthalten.
4. Nein. Die Ausübung einer Tätigkeit, die vom besuchten Ort aus vergütet wird, ist als Reisezweck vom Tourismus ausgeschlossen.
5. Ja. Die Sportler sind als Touristen anzusehen, da die an den Tourismus zu stellenden Kriterien erfüllt sind.
6. Ausländische Flugzeugbesatzungen, die zwischengelandet sind und die Beherbergungsstätten des Gastlandes in Anspruch nehmen, sind Touristen. Personen, die an Bord von Kreuzfahrtschiffen in einem Land ankommen und an Bord übernachten, sind Tagesbesucher, auch wenn sie einen oder mehrere eintägige Landausflüge unternehmen.

K 2.3

1. Binnenreiseverkehr, Einreiseverkehr, Ausreiseverkehr.
2. Reisen von Inländern im Land, Reisen von Ausländern in ein Land, Reisen von Inländern in ein anderes Land, Binnenreiseverkehr und Einreiseverkehr, Binnenreiseverkehr und Ausreiseverkehr, Einreiseverkehr und Ausreiseverkehr.

K 4.1

Tourismus ist gekennzeichnet durch die Ausprägung von ökonomischen, rechtlichen, politischen, ökologischen und sozialen Beziehungen zwischen:

- den Menschen außerhalb ihres gewohnten Umfeldes in ihrer Rolle als Touristen,
- den touristischen Unternehmen, die den Erfordernissen der Reisenden entsprechen,
- den Institutionen, die den Tourismus regulieren,
- den vom Tourismus direkt oder indirekt betroffenen Einwohnern des Gastlandes oder Gastortes und
- touristisch verursachten Umweltveränderungen.

Insbesondere mit der Entwicklung des Reisens als Massenphänomen müssen neben der ökonomischen auch die politische, gesellschaftliche und natürliche Umwelt als Einflussfaktoren einbezogen werden.

K 4.2

Kriterien:	Exemplarische Tourismusformen:
Organisationsform	Individualtourismus, Pauschalтуризм
Beförderungsmittel	Flug-, Bahn-, Bus-, Schiffsreisen
Beherbergungsart	Hotellerie, Parahotellerie (Camping, Ferienheime, Jugendherbergen usw.)
Zahl der Reisetilnehmer	Individualtourismus, Gruppentourismus, Massentourismus
Reisedauer	Tagesreise, Kurzreise, Langzeitreise
Reiseentfernung	Inlandstourismus, Auslandstourismus, Naherholung, Fernreisen
Reisezeit	Sommer/Winter, Hoch-/Nebensaison
Reiseziel	Strandtourismus, alpiner Tourismus, Rundreisen, Städtereisen

K 4.3

Der Reiseindustrie kommt die Aufgabe zu, das touristische Gesamtprodukt aus den verschiedenen Bausteinen bzw. Produktkomponenten zusammenzusetzen und optimal entsprechend den Kundenwünschen aufeinander abzustimmen.

Literaturverzeichnis

Bieger, T. (2010): Tourismuslehre – Ein Grundriss. 3. Aufl. Bern.

Bieger, T.; Beritelli, P. (2013): Management von Destinationen. München: Oldenbourg.

BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) (2017): Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung. 18. Legislaturperiode. Berlin.

BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) (2019): Eckpunkte der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie (https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-tourismusstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=6). Abgerufen am 17.3.2019.

BMWK (Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz) (2023): UNWTO (<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Tourismus/unwto.html>). Abgerufen am 17.03.2023.

Bundesrat (2018): Internationaler Vergleich der Tourismuspolitik und -förderung. Bern.

Dehoga (2022a): Corona-Bilanz 2020-2022 (https://www.dehoga-bundesverband.de/fileadmin/Startseite/06_Presse/DEHOGA-Publikation_Neustart_Gastgewerbe_2022_Juni_2022.pdf). Abgerufen am 19.10.2022

Dehoga (2022b): Corona-Zahlenspiegel II/2022 (https://www.dehoga-bundesverband.de/fileadmin/Startseite/04_Zahlen_Fakten/07_Zahlenspiegel_Branchenberichte/Zahlenspiegel/DEHOGA-Zahlenspiegel_2._Quartal_2022.pdf). Abgerufen am 19.10.2022.

Destatis (2021): Mobilitätsindikatoren auf Basis von Mobilfunkdaten. (<https://www.destatis.de/DE/Service/EXDAT/Datensaetze/mobilitaetsindikatoren-mobilfunkdaten.html>). Abgerufen am 07.02.2021.

Destatis (2022a): Umsatz in konstanten Preisen im Gastgewerbe (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Konjunkturindikatoren/Gastgewerbe-Tourismus/hug330.html#242330>). Abgerufen am 14.12.2022.

Destatis (2022b): Monatserhebung im Tourismus (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Gastgewerbe-Tourismus/Publikationen/Downloads-Tourismus/monatserhebung-tourismus-2060710211125.html>). Abgerufen am 14.12.2022.

Destatis (2022c): Beschäftigte im Gastgewerbe (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Konjunkturindikatoren/Gastgewerbe-Tourismus/hug340.html#242338>). Abgerufen am 19.10.2022.

Destatis (2023): Pressemitteilung Nr. 55 vom 10. Februar 2023. Wiesbaden.

Deutscher Bundestag (2018): Sachstand Tourismuspolitik in Deutschland. Berlin.

DIPLOMA

Private staatlich anerkannte Hochschule
University of Applied Sciences

DIPLOMA Hochschule

Studienservice

Herminenstraße 17f
31675 Bückeburg

Tel.: +49 (0)40 228 988 240
meinstudium@diploma.de
diploma.de



Leseprobe



Du möchtest mehr erfahren?

Unser aktuelles Studienangebot und weitere Informationen sowie unsere Angebote zur Studienberatung findest Du auf **www.diploma.de**