

Das Studienbuch bietet einen knappen, aber zugleich umfassenden Überblick über die Entwicklung, die Herausforderungen und die Perspektiven des internationalen Tourismus; dabei werden vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Welche Bedeutung hat der internationale Tourismus als Wirtschaftsfaktor und gesellschaftliches Phänomen?
- Was waren wichtige ökonomische und soziale Triebkräfte bei der Entwicklung des internationalen Tourismus?
- Wie hat der internationale Tourismus das Leben der Menschen in vielen Teilen der Welt verändert?
- Wer sind die wichtigen *Global Player*, deren Dienstleistungen wir in Anspruch nehmen, wenn wir auf Reisen gehen?
- Auf welchen Schauplätzen spielt sich der internationale Tourismus ab und welche Interessen verfolgen die nationalen Akteure?
- Welche Dynamik vollzieht sich auf diesem Markt und wie werden die Menschen in Zukunft reisen?

Die grundsätzlichen Überlegungen werden anhand zahlreicher internationaler Fallbeispiele verständlich und anschaulich erläutert.

Mit diesem wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisorientierten Ansatz richtet sich der Band vor allem an:

- Studierende und Dozenten tourismuswissenschaftlicher Studiengänge (Betriebswirtschaftslehre, Geographie, Soziologie etc.), die sich rasch einen fundierten Überblick über dieses Thema verschaffen möchten,
- Vertreter anderer Fachdisziplinen, aber auch Praktiker, die sich über den aktuellen Forschungs- und Wissensstand zu diesem Thema informieren wollen.



**Der Autor: Prof. Dr. Dr. h. c. (BSU) Albrecht Steinecke**

*1997-2013 Inhaber des Lehrstuhl für Wirtschafts- und Fremdenverkehrsgeographie an der Universität Paderborn*

*umfangreiche Forschungs- und Lehrtätigkeit an in- und ausländischen Universitäten (TU Berlin, FU Berlin, Bielefeld, Trier, FU Bozen)*

*breite Consulting-Erfahrungen als langjähriger Geschäftsführer des Europäischen Tourismus Instituts GmbH (Trier)*

*zahlreiche Publikationen zu den Themen Kulturtourismus, Trendforschung, Erlebnis- und Konsumwelten sowie Destinationsmanagement*

# Albrecht Steinecke

## Internationaler Tourismus



UVK  
Lucius

UTB

## Inhalt

### **1      **Tourismus – die globale Leitindustrie des 21. Jahrhunderts****

- 1.1    Definition und Erfassung des internationalen Tourismus
  - 1.1.1   Definitionen
  - 1.1.2   Methoden der Erfassung
  - 1.1.3   Wichtige Daten- und Informationsquellen
- 1.2    Quellmärkte und Zielgebiete des internationalen Tourismus
  - 1.2.1   Großregionen im internationalen Tourismus
  - 1.2.2   Nachbarschaftsbeziehungen im internationalen Tourismus
  - 1.2.3   Internationaler Tourismus vs. Binnentourismus

### **2      **Die Motoren des touristischen Wachstums****

- 2.1    Push-Faktoren
  - 2.1.1   Wachstum, Wohlstand und Freizeit
  - 2.1.2   Transport und Kommunikation
  - 2.1.3   Verpflichtungen, Wertewandel und religiöse Motive
- 2.2    Pull-Faktoren
  - 2.2.1   Aufhebung von Reisebeschränkungen
  - 2.2.2   Natürliche und kulturelle Attraktionen
  - 2.2.3   Ökonomische Vorteile und moralische Freizügigkeit
  - 2.2.4   Öffentliche Fördermaßnahmen und Verbraucherschutz

#### **Exkurs: Die Hemmnisse des Wachstums**

### **3      **Die globalen Akteure im internationalen Tourismus****

- 3.1    Luftverkehrsgesellschaften
  - 3.1.1   Codesharing und strategische Allianzen
  - 3.1.2   Computerreservierungssysteme und Yield Management
  - 3.1.3   Qualitätsmanagement
- 3.2    Hotelketten
  - 3.2.1   Diffusion globaler Hotelketten
  - 3.2.2   Wettbewerbsstrategien der Hotellerie
- 3.3    Unternehmen der Freizeit-, Unterhaltungs- und Kulturindustrie
  - 3.3.1   Freizeit- und Unterhaltungskonzerne
  - 3.3.2   Internationale Kultureinrichtungen
- 3.4    Globale Organisationen und Initiativen
  - 3.4.1   Touristische Organisationen und Verbände
  - 3.4.2   Tourismuskritische Initiativen
  - 3.4.3   Kulturorganisationen mit touristischem Bezug

### **4      **Die Schauplätze des internationalen Tourismus****

- 4.1    Die Industrieländer als touristische Innovatoren
  - 4.1.1   Der englische Adel als Trendsetter
  - 4.1.2   Die Demokratisierung des Reisens
  - 4.1.3   Aufstieg, Niedergang und Relaunch traditioneller Zielgebiete
- 4.2    Die Mittelmeerländer als ökonomische Nutznießer
  - 4.2.1   Der Boom des Badetourismus
  - 4.2.2   Die Folgen der touristischen Erschließung
  - 4.2.3   Wettbewerbsstrategien der Warmwasserziele
- 4.3    Die Entwicklungsländer als exotische Traumreiseziele
  - 4.3.1   Wachstumschancen vs. Krisenanfälligkeit
  - 4.3.2   Endogene Kultur: Potenziale und Probleme
  - 4.3.3   Aufklärungsarbeit und Partizipationsmöglichkeiten
- 4.4    Die Transformationsländer als strukturschwache Nachzügler
  - 4.4.1   Das Erholungswesen in den sozialistischen Staaten
  - 4.4.2   Hemmnisse im Transformationsprozess
  - 4.4.3   Touristischer Neuanfang nach politischem Umbruch
- 4.5    Die Rohstoff- und Schwellenländer als Zukunftsmärkte
  - 4.5.1   Vereinigte Arabische Emirate: Diversifizierung durch Tourismus
  - 4.5.2   China: der neue Reiseweltmeister
  - 4.5.3   Indien: Imageprobleme und Nachfragepotenziale

### **5      **Die Zukunft des internationalen Tourismus****

- 5.1    Prognosen zur quantitativen Entwicklung
  - 5.1.1   Prognosen zum Umfang der Nachfrage
  - 5.1.2   Prognosen zu künftigen Reiseströmen
- 5.2    Herausforderungen im internationalen Tourismus
  - 5.2.1   Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen
  - 5.2.2   Krisenprävention und Krisenmanagement
  - 5.2.3   Schutz des natürlichen und kulturellen Erbes
  - 5.2.4   Wahrung und Stärkung der Menschenrechte

#### **Steinecke, Albrecht: Internationaler Tourismus**

Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2014 (UTB; 4202)  
239 S., zahlr. Abb. u. Tab., br., € 19,99  
ISBN 978-3-8252-4202-2

Bezug über den Buchhandel bzw. unter  [www.uvk.de](http://www.uvk.de) und  [www.utb-shop.de](http://www.utb-shop.de)