

Inhaltsverzeichnis

- Einleitung 9
- 1 Was ist überhaupt Tourismus? 15
 - 1.1 Einstiegsfall Spannungsfeld der Definition und Abgrenzung. 15
 - 1.2 Wohnort, Fremddort, Tourismus 16
 - 1.3 Entwicklung der Definition von Fremdenverkehr und Tourismus 21
 - 1.4 Die Herausforderung der Definition des «gewöhnlichen Umfeldes» heute 23
 - 1.5 Das neue, gewöhnliche Umfeld als Netzwerk von Orten 28
 - 1.6 Ausblick 30
 - 1.7 Begriffliches. 32
- 2 Tourismus als System 34
 - 2.1 Einstiegsfall. 34
 - 2.2 Systeme als Grundmodelle im Tourismus 37
 - 2.3 Grundlagen des Systemdenkens 38
 - 2.3.1 Grundkonfiguration eines Systems 38
 - 2.3.2 Zentrale Überlegungen bei der Modellierung von Systemen. 41
 - 2.3.3 Besonderheiten bei der Modellierung sozialer Systeme. 43
 - 2.3.3.1 Konstruktivismus. 43
 - 2.3.3.2 Komplexitätsbewältigung in Systemen. 44
 - 2.3.3.3 Lebensfähigkeit von Systemen. 46
 - 2.3.3.4 Merkmale von Systemen 47
 - 2.3.4 Beispiele von Systemanwendungen 48
 - 2.4 Das Tourismussystem 49
 - 2.4.1 Einleitung. 49
 - 2.4.2 Grundkonfiguration und zentrale Überlegungen bei der Modellierung von Tourismussystemen 49
 - 2.4.3 Besonderheiten bei der Modellierung von Tourismussystemen 54
 - 2.4.3.1 Konstruktivismus. 54
 - 2.4.3.2 Komplexitätsbewältigung 54
 - 2.4.3.3 Lebensfähigkeit. 55
 - 2.5 Vorschlag für ein Tourismussystem 56
 - 2.5.1 Einleitung. 56
 - 2.5.2 Modellvorschlag 57
 - 2.6 Ausblick 59

3	Tourismusanfrage	61
3.1	Einstiegsfall Instagram Spot	61
3.2	Einleitung	62
3.3	Besonderheiten des touristischen Kontextes für die Nachfrage	63
3.4	Nachfrage aus einer disaggregierten Perspektive (individuelle Entscheidungsfindung)	67
3.4.1	Grundlegende Logik der Entscheidungsfindung	68
3.4.2	Situation und Kontext der Entscheidungsfindung	71
3.4.3	Prozess der Reiseentscheidung	72
3.5	Nachfrage aus einer aggregierten Perspektive – Besucherströme	78
3.5.1	Attraktionskraft vs. Raumwiderstand	78
3.5.2	Strukturierung von Tourismusströmen – Komplexitätsreduktion mittels Marktsegmentierung	81
3.5.2.1	Einleitung	81
3.5.2.2	Ansätze zum Komplexitätsumgang mittels geeigneter Marktsegmentierung	81
3.6	Messung der Nachfrage	85
3.6.1	Inbound-Perspektive	86
3.6.2	Grenzen von Daten und Informationen aus einer Inbound-Perspektive	88
3.6.3	Outbound-Perspektive	89
3.6.4	Schlüsselindikatoren für die Leistung	89
3.7	Ausblick	90
4	Tourismusangebot	91
4.1	Einstiegsfall Saisonverlängerung Unterengadin	91
4.2	Ausgangspunkt – die kundeninduzierte Dienstleistungskette	93
4.3	Besonderheiten der touristischen Leistungserstellung	95
4.3.1	Besonderheiten als Dienstleistung	95
4.3.2	Besonderheiten des Tourismus	107
4.3.3	Besonderheiten der KMU-Betriebsstruktur	109
4.4	Touristische Teilbranchen	112
4.4.1	Beherbergung	112
4.4.2	Attraktionen	115
4.4.3	Reisemittlung und Plattformen	117
4.5	Geschäftsmodelle	120
4.6	Ausblick	123

5	Die touristische Destination	124
5.1	Einstiegsfall	124
5.2	Begriffsklärung im Dilemma zwischen der Nachfrage- und der Angebotsperspektive	126
5.3	Kollaboration, getrieben durch die Nachfrage, und das St. Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM)	128
5.4	Destinationsentwicklung als Teil der Regional- oder Stadtentwicklung	136
5.5	Die Rolle von Tourismusorganisationen	140
5.6	Ausblick	143
6	Effekte und Steuerung des Tourismus	144
6.1	Einstiegsfall vom Overtourism in Venedig zum Tourismus als Wirtschaftsmotor in der Peripherie	144
6.2	Wirkungen des Tourismus und deren Steuerung	147
6.3	Wirkungen des Tourismus	148
6.3.1	Wirkungen auf die natürliche Umwelt	148
6.3.2	Wirkungen auf die gesellschaftliche Umwelt	155
6.3.3	Wirtschaftliche Effekte	158
6.4	Entwicklungsdynamik	163
6.5	Tourismuspolitik	171
6.6	Ausblick	176
	Quellenverzeichnis	177
	Endnoten	194
	Stichwortverzeichnis	200