

# Inhalt

## Vorwort — V

## Autor(inn)en — XIV

Christof Pforr und Dirk Reiser

- 1 G'Day Down Under, Kia Ora Aotearoa — 1  
1.1 Überblick — 1

Christof Pforr und Dirk Reiser

- 2 Terra Australis Incognita – das unbekannte Land im Süden — 12  
2.1 Die Einzigartigkeit des fünften Kontinents — 12  
2.2 There's nothing like Australia — 18  
2.3 Die Tourismusentwicklung Australiens im Spiegel der Tourismuspolitik — 20  
2.3.1 Vorreiterrolle im Bereich Ökotourismus — 20  
2.3.2 Tourismusentwicklung und Nachhaltigkeit — 22  
2.3.3 Tourismuspolitische Schwerpunktverlagerung seit Ende der 1990er-Jahre — 22  
2.4 Ausblick — 25

Sabrina Seeler

- 3 Tourismusentwicklung in Neuseeland – ein Überblick — 29  
3.1 Neuseeland – das Land der langen weißen Wolke — 29  
3.2 Tourismus in Neuseeland – ein Rückblick — 30  
3.3 Tourismus in Neuseeland – eine Momentaufnahme — 32  
3.3.1 Nachfrageentwicklung im Zehnjahresrückblick (2004/05 – 2014/15) — 32  
3.3.2 Neuseelands touristische Regionen — 35  
3.3.3 Neuseelands touristische Strukturen — 36  
3.3.4 Auswirkungen des Tourismus auf Neuseeland — 39  
3.3.5 Ökonomische Einflussfaktoren — 40  
3.3.6 Ökologische Einflussfaktoren — 41  
3.3.7 Soziokulturelle Einflussfaktoren — 43  
3.3.8 Neuseelands thematisches Portfolio — 43  
3.4 Tourismus in Neuseeland – ein Ausblick — 44  
3.4.1 Zukunftsthemen im touristischen Portfolio — 46  
3.4.2 Herausforderungen bezüglich der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit — 47  
3.5 Schlusswort — 49

Michael Lück und Mark Orams

<b>4</b>	<b>Wal- und Delfintourismus in Neuseeland — 53</b>
4.1	Einleitung — 53
4.2	Tourismus in Neuseeland — 53
4.3	Delfin- und Walbeobachtungen — 55
4.4	Delfin- und Walbeobachtungen in Neuseeland — 56
4.5	Das Fallbeispiel Kaikoura — 57
4.6	Walbeobachtungen, Tourismus und die Umwelt — 59
4.7	Zusammenfassung — 62

Julia Albrecht

<b>5</b>	<b>Weintourismus in Neuseeland und Australien — 64</b>
5.1	Einleitung — 64
5.2	Historischer Überblick der Weinindustrien in Neuseeland und Australien — 66
5.2.1	Neuseeland — 66
5.2.2	Australien — 68
5.3	Neuseelands Weintourismus — 71
5.4	Australiens Weintourismus — 71
5.5	Zukunftsperspektiven — 73

Stephanie Tischler und Ulrike Gretzel

<b>6</b>	<b>Online-Marketing in Australien und Neuseeland — 79</b>
6.1	Ausgangsbetrachtung — 79
6.2	Verbreitung digitaler Technologien bei australischen Tourismusunternehmen — 80
6.3	Die australische Tourismus-Datenbank ATDW — 82
6.4	Social-Media-Marketing in Australien und Neuseeland — 82
6.4.1	Das weltweit größte Social-Media-Team von Tourism Australia — 83
6.4.2	Tourism Queensland – „Bester-Job-der-Welt“-Kampagne — 84
6.4.3	Hamilton Island Instameets — 85
6.4.4	1888 Hotel Sydney – das weltweit erste Instagram-Hotel — 86
6.4.5	Tägliche Tourberichterstattung der Margaret River Discovery Co. — 87
6.4.6	Absolutely Positively Wellington auf Facebook — 88
6.5	Integrierte Online-Marketing-Kampagnen — 89
6.5.1	Play Melbourne — 89
6.5.2	„More-Magic-Every-Day“-Kampagne von New Zealand Tourism — 90
6.6	Fazit — 91

Kim Werner

<b>7</b>	<b>Eventtourismus in Australien und Neuseeland — 95</b>
7.1	Einleitung — 95
7.2	Events — 95

7.3	<b>Eventtourismus — 96</b>
7.4	<b>Die australische und neuseeländische Eventindustrie — 97</b>
7.4.1	<b>Die Entwicklung von Events in Australien — 97</b>
7.4.2	<b>Die wirtschaftliche Bedeutung von Events für Australien — 98</b>
7.4.3	<b>Die Entwicklung von Events in Neuseeland — 100</b>
7.4.4	<b>Die wirtschaftliche Bedeutung von Events für Neuseeland — 100</b>
7.5	<b>Die Bedeutung von Events für das Destinationsmarketing — 101</b>
7.5.1	<b>Die kurz- und langfristigen Auswirkungen von Events — 101</b>
7.5.2	<b>Die strategische Nutzung von Events im Destinationsmarketing Australiens — 102</b>
7.5.3	<b>Die strategische Nutzung von Events im Destinationsmarketing Neuseelands — 107</b>
7.6	<b>Fazit — 110</b>

#### Cornelia Voigt

<b>8</b>	<b>Salus per aquam Down Under? Entwicklung und zentrale Merkmale des australischen Wellnesstourismus — 119</b>
8.1	<b>Einleitung — 119</b>
8.2	<b>Annäherung an die Konzepte Wellness, Gesundheits- und Wellnesstourismus — 119</b>
8.3	<b>Historische Entwicklung des Wellnesstourismus in Australien — 122</b>
8.4	<b>Derzeitige Entwicklung des Wellnesstourismus in Australien — 124</b>
8.4.1	<b>Wichtige Wachstumsfaktoren — 124</b>
8.4.2	<b>Typologie der Wellnesstourismus-Anbieter — 126</b>
8.4.3	<b>Derzeitige Verbreitung australischer Wellnesstourismus-Anbieter — 128</b>
8.4.4	<b>Art der Dienstleistungen und Ausstattung — 130</b>
8.4.5	<b>Geschäftsprofil und Wirtschaftlichkeit — 133</b>
8.4.6	<b>Die Bedeutung von Natur, kulturellen und indigenen Ressourcen — 134</b>
8.4.7	<b>Destinationsmanagement und unterstützende Verbände — 137</b>
8.5	<b>Zusammenfassung und Ausblick — 138</b>

#### Anita Zehrer und Jakob Trischler

<b>9</b>	<b>Servicedesign für Themenparks – eine australische Perspektive am Beispiel der Ferienregion Gold Coast — 142</b>
9.1	<b>Einleitung — 142</b>
9.2	<b>Die Gold Coast — 143</b>
9.2.1	<b>Die Gold Coast als Tourismusdestination — 144</b>
9.2.2	<b>Die Themenparks der Gold Coast — 145</b>
9.3	<b>Der Themenpark als ein komplexes Dienstleistungssystem — 147</b>
9.3.1	<b>Kundengruppenprofile (Personas) als Methode zum besseren Verständnis der Besucherwelt — 148</b>

9.3.2	Servicemapping als visuelle Darstellung des komplexen Dienstleistungsprozesses — 149
9.4	Praktische Anwendungen und Erkenntnisse — 151
9.5	Zusammenfassung — 152

Dirk Reiser und Christof Pforr

10	<b>Die Arche des Tasmanischen Teufels? Zootourismus in Australien — 157</b>
10.1	Einleitung — 157
10.2	Naturtourismus — 157
10.2.1	Definition Naturtourismus — 158
10.2.2	Naturtourismus in Australien — 158
10.3	Zootourismus — 159
10.3.1	Historische Entwicklung zoologischer Gärten und Zootourismus — 160
10.3.2	Zootourismus in Australien — 161
10.4	Zoos und Zootourismus in Australien: Themen und Probleme — 164
10.5	Fazit — 167

Nicolai Scherle

11	<b>Im Spannungsfeld von „Didgeridoos“, „fliegenden Ärzten“ und „Multikulturalität des Gaumens“: Alltagskultur in deutschsprachigen Australien-Reiseführern — 173</b>
11.1	Einleitung — 173
11.2	Mehr als ein touristisches Gebrauchsmedium: Historisch-konzeptionelle Annäherungen an Reiseführer — 175
11.3	Nichts Fremdes ist mir fremd: Die Dialektik des Verständnisses von Eigenem und Fremdem als Blaupause für die interkulturelle Dimension von Reiseführern — 180
11.4	Ein Streifzug durch die Alltagskultur in deutschsprachigen Australien-Reiseführern: Ausgewählte Einblicke einer inhaltsanalytischen Untersuchung — 182
11.5	Resümee — 188

Christof Pforr, Cornelia Locher und Martin Brueckner

12	<b>Indigener Tourismus in Australien im Zeichen der traditionellen Buschmedizin — 193</b>
12.1	Einleitung — 193
12.2	Heilmethoden der australischen Ureinwohner — 193
12.3	Schnittstelle Kulturtourismus und traditionelle Buschmedizin — 195
12.3.1	Closing the Gap — 196
12.3.2	Das derzeitige touristische Angebot – ein Überblick — 197
12.3.3	Mögliche zukünftige Strategien — 199
12.4	Diskussion und Ausblick — 202

Ross Dowling und Christof Pforr

- 13 Geotourismus in Australien und Neuseeland — 206**
- 13.1 Einleitung — 206
  - 13.2 Geotourismus — 207
  - 13.3 Geotourismus in Australien — 208
  - 13.4 Geotourismus in Neuseeland — 214
  - 13.4.1 Geo-Attraktionen der Nordinsel — 214
  - 13.4.2 Geo-Attraktionen der Südinsel — 217
  - 13.5 Zusammenfassung und Ausblick — 219

Patricia Erfurt

- 14 Von der Goldküste bis Cairns – Tourismus in Queensland — 224**
- 14.1 Einleitung — 224
  - 14.2 Tourismus in Queensland – historischer Hintergrund — 226
  - 14.3 Die Entwicklung des Massentourismus — 226
  - 14.4 Tourismus in Queensland – heute — 227
  - 14.5 Queensland als Zielbild — 228
  - 14.6 Naturverbundene Reiseziele — 230
  - 14.7 Verkehrswege und Transportnetze — 232
  - 14.8 Tourismusbereiche in Queensland — 233
  - 14.9 Wassertourismus — 234
  - 14.10 Kreuzfahrttourismus — 235
  - 14.11 Golftourismus — 236
  - 14.12 Sporttourismus und Eventtourismus — 236
  - 14.13 Kasinotourismus — 237
  - 14.14 Unterschätzte Tourismusbereiche — 238
  - 14.15 Schlusswort — 238

Stefan Rösch

- 15 Filmtourismus Down Under — 249**
- 15.1 Trendsetter Set Jetting — 249
  - 15.2 G'day mate! — 249
  - 15.3 Vom „Piano“ zu Tom Cruise — 250
  - 15.4 Neuseeland wird Mittelerde — 252
  - 15.5 „Whale Rider“ und Co — 255
  - 15.6 Australien: Mördergeschichten und Romanzen — 259
  - 15.7 Die Mitte von Mittelerde — 261
  - 15.8 Das Goldene Zeitalter der TV-Serien — 264
  - 15.9 Epilog — 264

**Heike Schänzel**

- 16 Der Kiwi-Familienurlaub — 268**
- 16.1 Einführung — 268**
  - 16.2 Familienurlaube — 269**
  - 16.3 Die Ganze-Familie-Methodik — 270**
  - 16.4 Diskussion der Ergebnisse — 272**
  - 16.4.1 Soziale Erfahrungen während neuseeländischer Familienurlaube — 272**
  - 16.4.2 Nationalidentität als ein Teil der sozialen Identität — 274**
  - 16.5 Abschluss — 275**

**Sven Groß**

- 17 Abenteuertourismus in Neuseeland — 279**
- 17.1 Einleitung — 279**
  - 17.2 Begriffliche Grundlagen — 280**
  - 17.3 Bedeutung des Abenteuertourismus in Neuseeland — 283**
  - 17.3.1 Abenteuertouristisches Angebot in Neuseeland — 283**
  - 17.3.2 Nachfrage von Abenteuertourismus in Neuseeland — 286**
  - 17.4 Fazit und Ausblick — 291**

**Harald Pechlaner und Michael Volgger**

- 18 Zukunft der Tourismusforschung – Probleme und Perspektiven aus der Sicht australischer Forscher — 295**
- 18.1 Einleitung — 295**
  - 18.2 Literatur — 296**
  - 18.2.1 Ausgewählte Themenbereiche aus dem internationalen Diskurs um die Zukunft der Tourismusforschung — 296**
  - 18.2.2 Die Entwicklung der Tourismusforschung in Australien — 299**
  - 18.3 Methode — 302**
  - 18.3.1 GABEK als Forschungsmethode — 302**
  - 18.3.2 Datensammlung — 303**
  - 18.3.3 Datenauswertung — 303**
  - 18.4 Ergebnisse — 304**
  - 18.4.1 Ausgewählte Perspektiven auf vergangene Aspekte der Tourismusforschung — 305**
  - 18.4.2 Ausgewählte Perspektiven auf zukünftige Aspekte der Tourismusforschung — 307**
  - 18.4.3 Perspektiven auf zukünftige Kommunikationsmittel der Tourismusforschung — 309**
  - 18.5 Diskussion — 311**

Dirk Reiser und Christof Pforr

**19 See ya later Down Under — 315**

**19.1 Überblick — 315**