

Inhaltsverzeichnis

1	„Alles Governance oder was?“	1
1.1	Gegenstand, Problemstellung, Forschungslücke und Ziele der Arbeit	2
1.2	Gang der Untersuchung: Methodik	6
1.3	Abgrenzung der Arbeit	8
1.4	Aufbau der Arbeit	9
1.5	Resümee	10
2	Theoretischer Rahmen I: Governance	11
2.1	Der Weg zur Governance	12
2.2	Definition(en): Das Für und Wider	17
2.2.1	Integration der Governance-Definitionen	17
2.2.2	Die Problematik der Governance-Definitionen	27
2.3	Governance und die Rolle des Staates	30
2.4	Bedeutungen von Governance	32
2.5	Ebenen der Governance	34
2.6	Governance: Typologie	36
2.6.1	Stakeholder	36
2.6.2	Kooperation	37
2.6.3	Public–Private–Partnerships (PPP)	38
2.6.4	Netzwerke	38
2.6.4.1	Definition	39
2.6.4.2	Entstehung, Veränderung und Vergehen von Netzwerken	47
2.6.4.3	Erfolgsfaktoren von Netzwerken	49
2.6.4.4	Netzwerke und Governance	53

2.7	Erfolgsfaktoren der Governance	55
2.8	Resümee	58
3	Theoretischer Rahmen II: Von der Governance zur Destination	
	Governance	59
3.1	Tourismus	59
3.2	Destination	61
3.2.1	Definition	62
3.2.2	Destinationstypen	67
3.2.3	Das System Destination als Netzwerk	69
3.2.4	Das touristische Angebot der Destination	71
3.2.5	Destinationslebenszyklus	73
3.2.6	Akteure in der Destination	74
3.3	Destination Management Organisation (DMO)	78
3.3.1	Destination Management	79
3.3.2	Definition Destination Management Organisation	79
3.4	Destination Governance	81
3.4.1	Definition	83
3.4.2	Analyse der Destination Governance	91
3.4.3	Destination Governance und Netzwerke	93
3.4.4	Erfolgsfaktoren der Destination Governance: Das RSSA-Modell	100
3.5	Abgrenzung von Destination Governance und Destination Management	108
3.6	Die Steuerung bestehender Destinationen aus der Perspektive der Destination Governance	111
3.7	Kritik an der Destination Governance	117
3.8	Zusammenfassende Betrachtung: Das Haus der Destination Governance	118
3.9	Resümee	119
4	Ableitung von Hypothesen: Governance und die Bildung einer neuen Destination	123
4.1	Bisherige Vorgehensweise: Destination Management	125
4.2	Hypothesen zur Destinationsbildung aus der Perspektive der Destination Governance	129
4.3	Resümee	134

5	Theoretischer Rahmen III: Wassertourismus	137
5.1	Definition	137
5.2	Zahlen, Daten, Fakten zum deutschen Markt	143
5.3	Entwicklung wassertouristischer Destinationen	151
5.4	Wassertouristische Konzepte der deutschen Politik	157
5.5	Resümee	159
6	Fallbeispiel: Die Bildung wassertouristischer Netzwerke in der Destination Lahntal	161
6.1	Die Destination Lahntal	161
6.1.1	Die Lahn	162
6.1.2	Tourismus im Lahntal	164
6.2	Netzwerkanalyse der Akteure in der Destination	169
6.2.1	Netzwerkanalyse: Theoretischer Hintergrund	170
6.2.2	Methodik	175
6.2.2.1	Stichprobe	179
6.2.2.2	Operationalisierung	181
6.2.2.3	Interview-Leitfaden	183
6.2.2.4	Auswertung	185
6.2.3	Ergebnisse	187
6.2.3.1	Desk Research	187
6.2.3.2	Leitfadenbasierte Interviews	195
6.2.4	Die Erfolgsfaktoren der Destination Governance in der Praxis: Diskussion der Ergebnisse	207
6.3	Resümee	212
7	Modellentwicklung: Destinationsbildung aus der Perspektive der Destination Governance	217
7.1	Das Modell	218
7.2	Resümee	222
8	Praktische Anwendung des Modells: Die Aller als neue wassertouristische Destination?	223
8.1	Zahlen, Daten, Fakten	224
8.2	Wassertouristische Potenzialanalyse	229
8.2.1	Touristische Attraktivität der Destination	231
8.2.2	Touristische Attraktivität des Gewässers	235
8.2.3	Kapazitäten der Betriebe	245
8.2.4	Touristische Attraktivität der Orte am Wasser sowie deren Wasserfront	246

8.2.5	USP der Destination	247
8.2.6	Netzwerkanalyse touristisch relevanter Akteure	250
8.2.6.1	Methodik	250
8.2.6.2	Ergebnisse Desk Research	256
8.2.6.3	Ergebnisse der Leitfadenbasierte Interviews	264
8.2.6.4	Diskussion der Ergebnisse	274
8.2.7	Zusammenfassung der Ergebnisse der wassertouristischen Potenzialanalyse	279
8.3	Die Wahrnehmung der Aller bei den (potenziellen) Nachfragern	281
8.3.1	Zielsetzung	281
8.3.2	Methodik	282
8.3.3	Fragebogen	284
8.3.4	Ergebnisse	287
8.3.5	Diskussion der Ergebnisse	308
8.4	Fazit: Die Aller als potenzielle Destination	311
8.5	Handlungsempfehlungen: Mit Hilfe der Destination Governance zur Destination Aller	316
8.5.1	Produktkern/identitätsstiftende Gemeinsamkeit	317
8.5.2	Impuls durch Persönlichkeit aus Wirtschaft oder Politik	319
8.5.3	Bestehende Netzwerke bündeln	319
8.5.4	Bereitschaft zu Kooperation/Abgabe übergeordneter Funktionen	320
8.5.5	Aufbau einer Dachmarke	320
8.5.6	Kooperative Erarbeitung der Erfolgsfaktoren der Destination Governance	322
8.5.7	Einbettung der Destination Governance in die Regional Governance	323
8.5.8	Einbindung aller Stakeholder	324
8.5.9	Anpassung des Governance Arrangements an den Destinationslebenszyklus	324
8.6	Resümee	325
9	Fazit, Diskussion und Ausblick	329
9.1	Zusammenfassung	329
9.1.1	Untersuchungsfragen	329
9.1.2	Fragen zur praktischen Umsetzung	331
9.1.3	Forschungsfrage	332

9.2 Diskussion: Praktische Relevanz und Anwendbarkeit des entwickelten Modells	333
9.3 Beitrag zur wissenschaftlichen Diskussion	335
9.4 Limitierung	337
9.5 Ausblick: Ist die Destination Governance nur ein Zwischenschritt?	339
9.6 Resümee	341
Literaturverzeichnis	343