

Inhalt

Vorwort	7
1 Kulinarischer Tourismus – Relevanz von Essen auf Reisen	13
1.1 Was ist kulinarischer Tourismus?	14
1.2 Ausprägungen des kulinarischen Tourismus	15
1.3 Kulinarischer Tourismus als Teil des Kulturtourismus	17
1.4 Wer ist der kulinarische Tourist?	18
1.5 Warum reist der kulinarische Tourist?	28
1.6 Weintourismus als Teil des kulinarischen Tourismus	29
1.7 Kulinarike als Teil des Wandertourismus	36
1.8 Kulinarike als Teil des Radtourismus	38
2 Kulinarike und kulinarische Strukturen in der Destination	43
2.1 Kooperationen im kulinarischen Tourismus	45
2.2 Blick in die Praxis	48
Interview mit Stefan Wemhoener <i>Geschäftsführer der Tourist Service GmbH Deidesheim</i>	48
Interview mit Hansjörg Mair <i>Geschäftsführer der Schwarzwald Tourismus GmbH</i>	51
3 Erlebnisse im kulinarischen Tourismus	53
3.1 Erlebnisinszenierung	53
3.2 Erlebnisgastronomie	57
3.3 Kulinarike Erlebnisse	59
4 Kulinarike Reisen	63
4.1 Kulinarike Städte tourismus	65
4.2 Kulinarike Produktthemenreisen	73
4.3 Kulinarike Themenrouten	76
5 Vermarktung im kulinarischen Tourismus	85
5.1 Kulinarike Tourismus als Vermarktungsinstrument in Destinationen	85
5.2 Kulinarike zur Unterstützung der lokalen kulinarischen Angebotsstruktur	86
5.3 Kulinarike als Beitrag zur Identitätsbildung einer Destination	88
5.4 Kulinarike als Vermarktungsmöglichkeit im Agrartourismus	90
5.5 Soziale Medien als Marketinginstrument im kulinarischen Tourismus	94
Literatur	99
Abbildungs- und Tabellennachweise	113
Stichwörter	115