

OPASCHOWSKI

HORST W.

Tourismus
im 21. Jahrhundert

Das gekaufte Paradies


BRITISH AMERICAN
TOBACCO
GERMANY

Freizeit-
Forschung



Inhalt

Vorwort

Willkommen – im gekauften Paradies! 6

Der pauschale Tourist

Klischee und Wirklichkeit. 10

»Die Reiselust ist ungebrochen«

Erfolgsformel seit dreißig Jahren 10

Der Wunsch: Touristen als Botschafter 12

Die Wirklichkeit: Einheimische als Statisten 13

Das Elend der Tourismuskritik 14

»I'm not a tourist«. Touristen sind wir alle 16

Tourismuskritik als Gesellschaftskritik. 17

Die vier Phasen der Tourismuskritik 19

Folgewirkungen des Tourismus:

Im Streit der Meinungen und Expertisen 21

Tourismus zwischen Segen und Fluch:

Die Bevölkerung zieht Bilanz 24

Der Tourist ist besser als sein Ruf.

Die Welt wäre ohne Tourismus ärmer 30

Jeder sein eigener Reiseunternehmer!

Typologie der Urlaubsreisenden 33

Pauschal – und doch »ganz individuell«.

Vermeintliche Widersprüche lösen sich auf 36

Umwelt, Mobilität und Tourismus

Im Zeitvergleich der 80er und 90er Jahre. 42

Abschied vom »Sanften Tourismus« 42

Mobilität ohne Grenzen? 49

Die sieben Umweltsünden von Freizeit und Tourismus 57

Wege zu umweltschonendem Freizeit- und Urlaubsverhalten 71

Umweltethik im Tourismus 77

Events im Tourismus

Motive, Ursachen und Erfolgsfaktoren. 84

Der Trend zum Event 84

Event-Tourismus: Erlebnismobilität der besonderen Art 86

Immer auf Achse: Zwischen Olympia und Verona 88

Sport-, Kultur- und Städtereisen: Ein Überblick 91

Sporttourismus: Zwischen Winter- und Wassersport 92

Kulturtourismus: Zwischen Musical und Festival	95
Städtetourismus: Zwischen Berlin und Paris	99
Qualität im Tourismus	
Erwartungen, Angebote und Realität.	106
Qualität im Tourismus: Was heißt das eigentlich?	106
Wunschvorstellung: In Atmosphäre baden	108
Handel mit Lebensfreude: Service für das Wohlbefinden	109
Qualitätsurlaub: Einen Mehrwert bieten	112
Qualitätskriterien: Der Gast setzt die Maßstäbe	114
Ferienqualität im Test: Idealwert und Realwert	116
Sauberkeit. Gemütlichkeit. Freundlichkeit: Ferienregionen im Urteil der Urlauber	119
Qualitätsverbesserung: Praktische Empfehlungen für die Branche	123
Ausblick: Qualität hat ihren Preis und ihre Wirkung	126
Tourismus im 21. Jahrhundert	
Der Traum vom guten Leben.	
Suche nach dem Paradies auf Erden.	130
Zwischen Nepal und Hawaii. Wo wir in Zukunft Urlaub machen	132
»Alles« ist möglich! Wie wir in Zukunft Urlaub machen	134
Überall und nirgendwo. Die »Neuen Nomaden« von morgen	143
Urlaubs-Klassiker. Traditionelle Urlaubsformen sterben nicht aus	145
Zunahme des organisierten Tourismus. Individualreisen immer weniger gefragt	147
Sauberkeit. Gemütlichkeit. Erreichbarkeit. Zukunftschancen des Inlandstourismus	148
Reisemüdigkeit oder Verweigerung? Die älter werdende Gesellschaft als Herausforderung der Touristikbranche	151
Urlaubs-Zukünfte	152
Anhang	
Untersuchungsansatz und Dokumentation.	156
Zur Methode der Untersuchung	156
Tabellenanhang	159
Grundlagenliteratur	166