INHALT – TOURISMUS UND MARKETING 1

SYSTEM TOURISMUS UND MARKETING

1 Einführung 7

2 Begriffsbestimmungen 8

2.1 Tourismus 8
2.2 Freizeitwirtschaft 9
2.3 Marketing 10
2.4 Regelkreis des Marketings 11
2.5 Marketinginstrumente 12

UMFELDFAKTOREN

1 Einführung 15

1.1 Die Entwicklung der Freizeit 16
1.2 Die Reisefreiheit 16
1.3 Die Boomfaktoren des Tourismus 17
1.4 Die neuen Bedürfnisse 18

2 Entwicklung des Tourismus 18

2.1 Entwicklung vom Altertum bis etwa 1850 19
2.2 Entwicklung von 1850 bis zum 1. Weltkrieg 20
2.3 Entwicklung von 1914 bis 1945 21
2.4 Tourismusentwicklung bis heute 22
2.5 Das 21. Jahrhundert: Ausblick 24

3 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus 25

3.1 Weltwirtschaftliche Aspekte 25
3.2 Wirtschaftliche Aspekte aus der Sicht eines Staates: Österreich 27

4 Tourismussubjekt und Reisemotive 34

4.1 Allgemeine Einführung: Tourismus – Luxus oder Grundbedürfnis? 34
4.2 Konsumtrends 36
4.3 Arten des Tourismus 40
4.4 Formen des Tourismus 41

VORAUSSETZUNGEN FÜR DAS TOURISTISCHE ANGEBOT

1 Basis und Zusammensetzung des Tourismusangebots 45

1.1 Einführung 45
1.2 Begriffsbestimmung 46
1.3 Allgemeine Angebotssituation 46
1.4 Angebotsgrundlagen 47
1.5 „Ursprüngliches“ Angebot 48
1.6 „Aufbereitetes“ Angebot 49
1.7 „Materielles“ Angebot 49
1.8 „Immaterielles“ Angebot 50
1.9 Der Markt macht das Angebot 51
1.10 Das Angebot im Reisebüro 52

NACHHALTIGKEIT

1 Sanfter Tourismus 54

1.1 Fallbeispiel „respect“ 56
1.2 „Anders reisen“ 57
1.3 Ökotourismus 57
1.4 Intelligenter Tourismus 58
1.5 Strategie einer nachhaltigen Regionalpolitik 59

2 Natur und Landschaft als wesentliche touristische Grundlagen eines Reisebüros 62

2.1 Wald und Tourismus 64
2.2 Naturschutz und Tourismus 66
2.3 Nationalparks 69
2.4 Raumordnung und Tourismus 73

DIE KULTURELLE BEDEUTUNG DES TOURISMUS

1.1 Die Kultur gestaltet das touristische Image 76
1.2 Grundlagen des kulturtouristischen Angebots 79
1.3 Kulturtouristisches Marketing 87

BETRIEBE UND INSTITUTIONEN DER FREIZEIT- UND TOURISMUSWIRTSCHAFT

1 Einleitung 89

2 Gliederung der Tourismusbetriebe 90

2.1 Nach ihrer Abhängigkeit vom Tourismus 90
2.2 Gliederung nach rechtlich-wirtschaftlichen Rahmenbedingungen 91
2.3 Eingliederung in die Wirtschaftskammern 91

3 Wichtige Tourismusbetriebe und ihre Besonderheiten 92

3.1 Gastgewerbliche Betriebe 92
3.2 Gastronomie 93
3.3 Hotellerie 95
3.4 Parahotellerie 97
3.5 Kuranstalten 100
3.6 Kongresshäuser 102

4 Weitere Tourismusbetriebe 103

5 Kooperation und Konzentration im Tourismus 107

5.1 Vorteile der Zusammenarbeit im Tourismus 108
5.2 Formen der Zusammenarbeit 110
5.3 Kooperationsmodelle 112

RECHT UND ORGANISATIONEN DES TOURISMUS IN ÖSTERREICH

1 Rechtsgrundlagen des Tourismus in Österreich 119

1.1 Rechtsvorschriften des Bundes 120
1.2 Wichtige landesrechtliche Regelungen 122

2 Tourismus-Organisationen in Österreich 122

2.1 Bundesweite Organisationen 123
2.2 Organisationen auf Landesebene 124
2.3 Organisationen auf Gebietsebene 125
2.4 Organisationen auf Ortsebene 128
2.5 Aufgabenteilung und Kooperation 131

TOURISMUSPOLITIK 134

1 Ziele der Tourismuspolitik 135

2 Träger der Tourismuspolitik 136

3 Die österreichische Tourismusstrategie 137
3.1 Neue Wege im Tourismus 137
3.2 Inhaltliche Schwerpunkte 139
3.3 Fünf starke Erfolgsfaktoren 139
3.4 Tourismusstrategie der Österreich Werbung 141
3.5 Tourismuspolitik der Österreich Werbung 142
3.6 Tourismuspolitik auf Länderebene 144
3.7 Tourismuspolitik in den Regionen 145
3.8 Tourismuspolitik in den Ortsorganisationen 146

REISEORGANISATION

1 Einführung in die Reisebürobranche 147
1.1 Tätigkeitsschwerpunkte von Reiseunternehmen 147
1.2 Reiseveranstalter (Tour Operator, Wholesaler) 148
1.3 Reisevermittler (Retailer, Travel Agent, „Reisebüro“), Outgoing-Geschäfte 148
1.4 Incoming-Geschäfte 149

2 Rechtsgrundlagen für die Reisebüros in Österreich 149
2.1 Gewerberecht für Reisebüros 150
2.2 Die Allgemeinen Reisebedingungen – ARB 152

3 Die Arbeit im Reisebüro 156
3.1 Tätigkeitsbereiche und Arbeitsschwerpunkte 156
3.2 Die Organisation von Reisebüros 159
3.3 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Reisebüro 160
3.4 Ausstattung des Reisebüros 162
3.5 Wichtige Arbeitsbereiche in Reisebüros, insbesondere Kundenberatung 164

4 Die Erstellung von Pauschalarrangements 173
4.1 Das Produkt „Pauschalreise“ 175
4.2 Risiko für Reiseveranstalter 175
4.3 Packageerstellung nach dem Modul-System 177
4.4 Arbeitsabläufe bei der Erstellung von Pauschalreisen 177
4.5 Kalkulationsbeispiel einer Pauschalreise mit Margenbesteuerung 181

ANHANG

Fallbeispiele 183
Deskriptoren 190
Literatur 191
Register 192