

VARIA-HEFT

„Wenn einer eine Reise macht ...“ – Neue Tourismustrends in Deutschland am Beispiel der Fremdenverkehrssegmente Kletter- und Städtetourismus

Arbeitspapiere zur Regionalentwicklung Heft 3

Herausgeber:

Prof. Dr. Gabi Troeger-Weiß

Technische Universität Kaiserslautern 2003

Das Reiseverhalten der Deutschen unter Berücksichtigung neuer Tourismustrends – Dargestellt am Beispiel des Klettertourismus

Inhaltsverzeichnis

I.	Einleitung	I
1.	Problemstellung	1
2.	Zielsetzung	1
3.	Methodik	2
II.	Touristisches Reiseverhalten und Trends in Deutschland	3
1.	Einführung	3
1.1.	Definitionen – Fremdenverkehr und Tourismus	3
1.2.	Marktsegmente im Tourismus	4
1.2.1.	Sporttourismus	4
1.2.2.	Kulturtourismus	5
1.2.3.	Kur- und Gesundheitstourismus	6
1.2.4.	Städtetourismus	6
1.2.5.	Geschäftstourismus	7
1.2.6.	Eventtourismus	8
1.2.7.	Abenteuertourismus	9
1.2.8.	Erholungstourismus	9
2.	Das Reiseverhalten der Deutschen	10
2.1.	Komponenten des privaten Reiseverhaltens	10
2.1.1.	Reiseintensität und -häufigkeit	11
2.1.2.	Reiseziele	12
2.1.3.	Zeitpunkt und Dauer der Urlaubsreise	13
2.1.4.	Reiseorganisationsformen	13
2.1.5.	Reiseverkehrsmittel	14
2.1.6.	Beherbergung	16
2.1.7.	Reiseausgaben	16

2.2. Haupteinflussfaktoren auf das Reiseverhalten	17
2.2.1. Ökonomische Einflussfaktoren	17
2.2.2. Soziale Einflussfaktoren	18
2.2.3. Gesellschaftliche Einflussfaktoren	22
2.2.4. Politische Einflussfaktoren	22
2.2.5. Technische Einflussfaktoren	23
2.2.6. Sonstige Einflussfaktoren	23
2.3. Reisemotivation	24
2.4. Reiseentscheidung	26
3. Trends im Tourismus	28
4. Zwischenfazit	33
III. Sporttourismus in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung des Klettertourismus	35
1. Sport in Deutschland	35
2. Sporttourismus – Einführung	35
3. Sporttourismus – Marktsegmente	37
3.1. Sportlicher Aktivurlaub	37
3.1.1. Sportreisen	37
3.1.2. Aktivurlaub	39
3.2. Sportorientierter Veranstaltungstourismus	39
4. Sporttourismus – Reiseverhalten	40
5. Trends im Sporttourismus	43
6. Klettertourismus – Einführung	46
6.1. Grundlagen des Klettersports	47
6.2. Klettern in Deutschland – Rahmenbedingungen	48
6.2.1. Organisation des Kletterns in Deutschland	49
6.2.2. Klettergebiete in Deutschland	50
6.2.3. Kletterkonzeptionen	54

7. Klettertourismus – Vertiefende Analyse	56
7.1. Typisierung der Klettertouristen	59
7.2. Reiseverhalten der Klettertouristen	62
7.2.1. Reiseziele	62
7.2.2. Reisedauer und Reiseintensität	65
7.2.3. Organisationsformen und Verkehrsmittel	65
7.2.4. Reisekosten und Unterkunftsformen	67
7.3. Motivation	68
7.4. Trends und touristisches Potenzial	69
8. Klettertourismus Südpfalz – Einführung	72
8.1. Räumliche Einordnung und touristische Struktur	72
8.1.1. Verbandsgemeinde Annweiler (Trifelsland)	74
8.1.2. Verbandsgemeinde Dahner Felsenland	75
8.2. Klettern in der Südpfalz – Rahmenbedingungen	76
8.2.1. Organisation des Kletterns	77
8.2.2. Klettergebiete	78
8.2.3. Klettertouristische Infrastruktur	80
8.3. Klettertourismus Südpfalz – Vertiefende Analyse	81
8.3.1. Touristischer Einzugsbereich	82
8.3.2. Bewertung des Ist-Zustandes und die Potenziale des Klettertourismus	83
8.4. Handlungsempfehlungen – Südpfalz	88
IV. Fazit	92
Literaturverzeichnis:	94
Abbildungsverzeichnis	97
Tabellenverzeichnis	97
Anhang	98
Kleines Kletterlexikon:	99
Fragebogen	100
Gesprächsleitfaden	103