



Travel College für Touristik

**Fernkurs**

**Touristik-Fachkraft**

**Musterlektion**  
Lernpaket 1

**A Tourismuslehre**

**B Reiseländer**

**C Geographie**



# Travel College für Touristik

---

Überarbeitete, aktualisierte und ergänzte Auflage 2015

Alle Informationen stammen aus zuverlässigen Quellen und wurden sorgfältig geprüft. Für ihre Vollständigkeit und Richtigkeit können wir jedoch keine Haftung übernehmen.

© Alle Rechte des Nachdrucks oder der Übersetzung vorbehalten, auch auszugsweise.

Travel College für Touristik  
Nanette Hoyler  
Imberstr. 10, D-76227 Karlsruhe  
[www.travel-college.de](http://www.travel-college.de)



**Travel College für Touristik**

---

**Lernpaket 1**

**A Tourismuslehre**



# Tourismuslehre

<b>1</b>	<b>Vorwort und Lernziele .....</b>	<b>4</b>
1.1	Vorwort .....	4
1.2	Lernziele .....	5
<b>2</b>	<b>Aus der Geschichte des Tourismus.....</b>	<b>6</b>
2.1	Einleitung .....	6
2.2	Die touristische Vorphase .....	6
2.3	Die Anfangsphase des Tourismus ab 1850.....	6
2.4	Der moderne Tourismus ab 1914.....	8
2.5	Die touristische Hochphase ab 1945 .....	8
2.6	Tourismus heute und morgen .....	10
1	Bevölkerungsentwicklung .....	10
2	Verkehrsmittel und Mobilität .....	12
3	Einkommen und Freizeit.....	13
4	Kommunikation/Medien/Technologie .....	13
5	Umwelt .....	14
6	Offene Grenzen .....	15
<b>3</b>	<b>Grundbegriffe der Touristik .....</b>	<b>16</b>
3.1	Die Leistungsanbieter .....	17
1	Vermittlungs- und Förderungsbetriebe .....	18
2	Verkehrsträger .....	18
3	Beherbergungsindustrie.....	18
4	Verpflegungsbetriebe .....	18
5	Autovermietungen .....	19
6	Reiseversicherungen.....	19
7	Fremdenverkehrsorganisationen.....	19
8	Nebenbetriebe .....	19
9	Management von Kundenbeziehungen .....	20
10	Das Leistungspaket.....	21

<b>4</b>	<b>Tourismus und Wirtschaft.....</b>	<b>22</b>
4.1	Begriffe und Kennzahlen .....	23
1	Kurzreise.....	23
2	Reise .....	23
3	Reiseintensität .....	23
4	Reisehäufigkeit.....	24
5	Reisedauer.....	24
6	Anzahl Urlaubsreisen.....	24
4.2	Urlaubsziele .....	25
1	Reiseziele im Inland und europäischen Ausland .....	25
2	Außereuropäische Ziele und Fernreiseziele .....	25
3	Urlaubsziele im In- und Ausland (tabellarisch).....	26
4.3	Politische/weltwirtschaftliche Situationen .....	27
4.4	Die Tourismusbranche als Arbeitgeber .....	29
1	Beschäftigung .....	29
2	Devisen .....	29
3	Die Leistungsanbieter als Arbeitgeber.....	30
<b>5</b>	<b>Reisemotive und Urlaubertypen.....</b>	<b>31</b>
5.1	Das Bedürfnis nach Urlaub .....	33
5.2	Motivation für Urlaub .....	34
5.3	Urlaubertypen .....	35
<b>6</b>	<b>Reisen: Zweck, Verhalten, Form, Art .....</b>	<b>37</b>
6.1	Reisezweck – WARUM?.....	37
1	Urlaubsreisen.....	37
2	Geschäftsreisen .....	38
3	Kurreisen .....	38
6.2	Reiseverhalten – WIE?.....	38
1	Massentourismus .....	38
2	Individualtourismus.....	39
3	Sozialtourismus.....	39
4	Luxustourismus .....	39
6.3	Reiseformen – WELCHE? .....	39
1	Individualreisen.....	39
2	Ausflugsfahrten/Kurzurlaub .....	40

3	Pauschal-/Bausteinreisen .....	40
4	Sonderfahrten.....	41
<b>6.4</b>	<b>Reisearten – WOHIN? .....</b>	<b>42</b>
1	Zielortreise .....	42
2	Rundreisen .....	43
3	Rundreisetypen .....	44
<b>7</b>	<b>Chancen + Aufgaben in der Touristik I.....</b>	<b>47</b>
7.1	Reiseleiter, Partner der Gäste .....	48
7.2	Der Ortsreiseleiter.....	50
1	Ankunft der Gäste .....	51
2	Das Begrüßungs- und Informationsgespräch .....	51
3	Die Urlaubsgestaltung .....	52
4	Abreise .....	53
5	Wichtige Hilfsmittel der Reiseleiter.....	53
7.3	Der Rundreiseleiter.....	55
1	Besondere Voraussetzungen für Rundreiseleiter .....	55
2	Die Reisevorbereitung .....	55
3	Vollständige Reiseunterlagen .....	56
4	Vor Beginn der Reise .....	56
5	Begrüßungsansprache.....	57
6	Unterwegs .....	57
7	Ankunft im Hotel .....	58
7.4	Reiseleiter und Reklamationen.....	59
1	Allgemeine Regeln.....	59
2	Gastbedingte Reklamationen.....	61
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung + Ausblick .....</b>	<b>62</b>
<b>9</b>	<b>Quellen + Literaturhinweise .....</b>	<b>63</b>
<b>10</b>	<b>Fragebogen - Prüfungsfragen .....</b>	<b>64</b>

# 1 VORWORT UND LERNZIELE

---

## 1.1 Vorwort

Sie starten nun Ihren Fernlehrgang – und beginnen mit den Anfängen des Tourismus, sehen seine fortlaufenden Veränderungen und stellen schnell fest: Im Tourismus geht es dynamisch zu, denn er wandelt sich ständig und wird dies auch künftig tun.

Weiter machen wir Sie mit den Grundbegriffen des Tourismus vertraut, so dass sich Ihnen die Zusammenhänge von Tourismus und Wirtschaft einfacher erschließen.

Anschließend gehen wir den Fragen nach, welche Reisemotive Urlauber haben und was überhaupt der Sinn und Zweck von Reisen ist.

Zu guter Letzt werfen wir einen Blick auf den Beruf des Reiseleiters: seine Aufgaben, Herausforderungen und Möglichkeiten.

Freuen Sie sich auf ein abwechslungsreiches erstes Kapitel.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg!

*Ihr Travel College-Team*

## 1.2 Lernziele

Folgende Lernziele haben Sie nach Bearbeitung dieser Lektion erreicht und können Auskunft geben zu:

### **Lernziele**

- Geschichtliche Entwicklung des Tourismus, welche Phasen wurden durchlaufen
- Grundbegriffe des Tourismus, welche Leistungsanbieter gibt es
- Begriffe, Kennzahlen und deren Aussagen
- Politische und weltwirtschaftliche Auswirkungen des Tourismus
- Reisemotive der verschiedenen Urlaubertypen: Gründe, Reisezweck und Reisearten
- Berufsbild des Reiseleiters: Aufgaben und Herausforderungen



## 2 AUS DER GESCHICHTE DES TOURISMUS

---

### 2.1 Einleitung

Genauso wie der Tourismus zur heutigen Zeit ein selbstverständlicher Bestandteil des Lebens ist, sei es für den Reisenden oder für den Bürger eines bereisten Landes, war er es auch in den verschiedenen Phasen, welche der Tourismus in seinen jeweiligen Entwicklungsformen durchlaufen hat.

### 2.2 Die touristische Vorphase

**Fremdenverkehr ist keine Erfindung der Neuzeit.** Schon zu Zeiten der Pharaonen gab es Badehotels an der ägyptischen Küste. Die Griechen hatten ihre Hotellerie für die Olympischen Spiele und die Römer ein ausgezeichnetes Verkehrsnetz, um in alle Winkel ihres Weltreiches zu gelangen.

Freilich hatte die damalige Art des Reisens mit unseren Urlaubsreisen noch nichts gemein. Es wurden nur wenige Vergnügungsreisen unternommen. **Pioniergeist**, mehr aber noch die Hoffnung auf Geschäfte und **Eroberungslust**, trieben die frühen Reisenden in die Ferne. Die Verkehrsmittel waren langsam und unbequem, die Übernachtungsmöglichkeiten dünn gesät und ohne Komfort, Überfälle an der Tagesordnung.

### 2.3 Die Anfangsphase des Tourismus ab 1850

Erst mit der Einführung regelmäßiger Kurier- und Postdienste bekam der Fremdenverkehr in Europa touristische Züge. Reisen zur **Sommerfrische** an die See oder in die Berge sowie **Kuraufenthalte** in einem Bad kamen für die **gehobene Gesellschaft** in Mode.

## Die Eisenbahn verändert die Welt des Reisens!

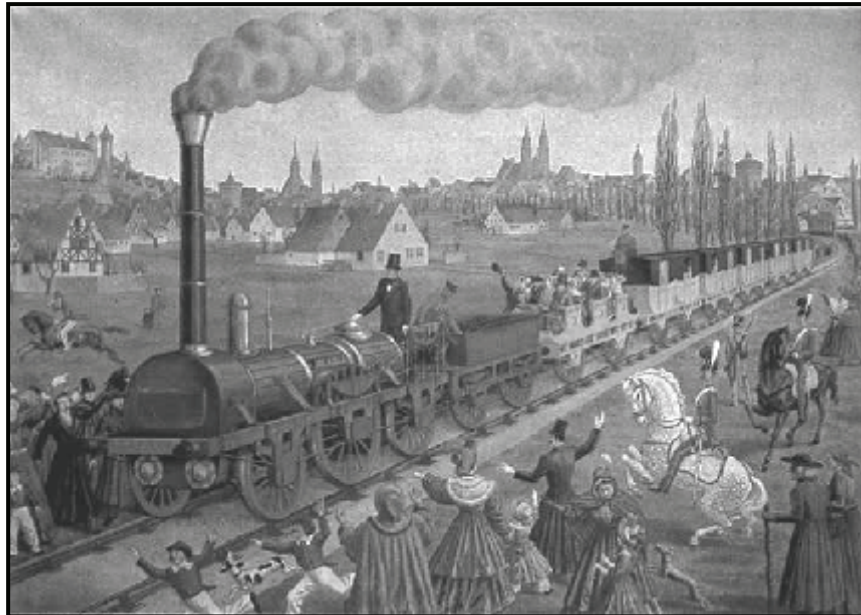


Abbildung 1: Erste deutsche Eisenbahnlinie Nürnberg/Fürth 1835;  
Quelle: Peter Alter, *Geschichte und Geschehen III*, Klett Verlag

Die Eisenbahn, das erste echte **Verkehrsmittel für die Massen**, ermöglichte nun wesentlich mehr Menschen, in deutlich kürzerer Zeit und zu günstigeren Preisen nahe und fernere Ziele anzusteuern.

Von den Möglichkeiten des Bahnreisens fasziniert, erfand der Engländer **Thomas Cook** die **organisierte Gesellschaftsreise**: Bereits 1841 veranstaltete er für über 500 Teilnehmer eine Sonderfahrt mit der Bahn auf der Strecke Leicester-Loughborough. Auf seine Initiative hin führte die Eisenbahngesellschaft eine günstigere **Touristenklasse** ein, neben der bisherigen **Einheitsklasse**. Cook organisierte nicht nur regelmäßig Sonderfahrten mit der Bahn, sondern kümmerte sich bald auch um die Vermittlung von Unterkünften und Verpflegung sowie um die Betreuung der Teilnehmer durch Reiseleiter. Die Gesellschaftsreise wie wir sie heute kennen, nahm Gestalt an.

## 2.4 Der moderne Tourismus ab 1914

Die Entwicklungsphase des modernen Tourismus begann Anfang des 20. Jahrhunderts. **Freie Sonn- und Feiertage** wurden eingeführt und die Gewerkschaft setzte einige freie Arbeitstage im Jahr durch. Jetzt konnten sich auch Personen der Unterschicht **Tages- oder Wochenendausflüge** leisten. Mit dem Ersten Weltkrieg stoppte die Entwicklung des Tourismus für viele Jahre. Um 1930 förderten dann die Nationalsozialisten durch Genehmigung eines längeren Jahresurlaubes einen staatlich organisierten Tourismus, dessen weitere Entwicklung jedoch mit Beginn des Zweiten Weltkrieges endete.

Der moderne (Massen) Tourismus entstand nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges, als nach harten Aufbaujahren die Wirtschaft blühte und Freizeit einen höheren Stellenwert bekam.

## 2.5 Die touristische Hochphase ab 1945

Die Nachkriegszeit war der Start für die Hochphase des Tourismus. Gründe hierfür waren:

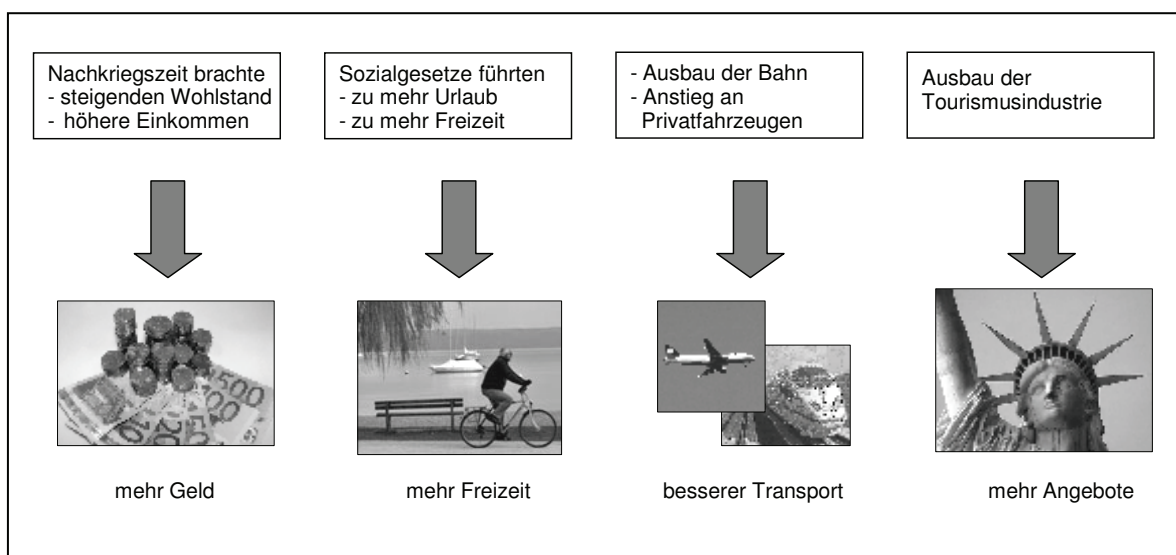


Abbildung 2: Gründe der Hochphase des Tourismus

**1955** wurde die **erste deutsche Charterfluggesellschaft** (Deutsche Flugdienst GmbH, heute Condor) gegründet und Touropa bot erstmals Flugreisen nach Mallorca, Teneriffa und Ägypten an.

**1967 entstand die TUI** Touristik Union International durch Zusammenschluss von Hummel, Scharnow, Touropa und Dr. Tigges. Auch die Gründung von Neckermann und Reisen (NUR) sowie Quelle-Reisen fällt in diese Zeit.

Auto und Flugzeug sorgten für nahezu unbegrenzte Mobilität und machten damit den modernen Tourismus möglich. Die Touristikwirtschaft erschloss immer neue Zielgebiete, Reisen wurde selbstverständlicher.



Abbildung 3: Anzeigen Urlaubsangebote 1958;  
Quelle: „Unser Jahrhundert im Bild“, Bertelsmann Verlag, 1964

## 2.6 Tourismus heute und morgen

Im Tourismus herrscht ein beständig starker **Verdrängungswettbewerb** unter den verschiedenen Anbietern; zudem ändern sich in Zukunft einige gesellschaftliche Parameter, die sich auch auf den Tourismus auswirken. So schreitet bspw. in den nächsten Jahren die Individualisierung weiter voran, die Nachfrage nach Individualreisen steigt, die nach Pauschalreisen sinkt - es gibt immer weniger Familien mit Kindern, dafür immer mehr Singles. Durch das wachsende Gesundheitsbewusstsein geraten Destinationen mit potenziellen Gefahren für die Gesundheit unter Druck: Gemieden werden Gebiete mit verschmutzten Gewässern und Stränden, dreckiger Luft, verbauten Landschaften, Ansteckungsgefahren usw. Die Werteorientierung nimmt zu, ökologische, ethische und soziale Werte bekommen mehr Bedeutung. Daher muss sich der Tourismus verschiedenen Herausforderungen stellen:

### 1 Bevölkerungsentwicklung

#### Industrieländer

Die Bevölkerungsentwicklung in den Industrieländern unterscheidet sich grundsätzlich von der in den Entwicklungsländern. In den Industrieländern wird vor allem das Verhältnis von jungen zu älteren Menschen betrachtet.



Abbildung 4: Statistisches Bundesamt; Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland 2040;  
Quelle: [www.destatis.de](http://www.destatis.de), 2015

Die Zahl der Rentner und Pensionäre erhöht sich in den nächsten Jahren. Diese erfreuen sich i.d.R. einer besseren Gesundheit und längeren Lebenserwartung als die vorherige Rentnergeneration. Zudem besitzen sie einen größeren Unternehmungsgeist.

Dadurch verändert sich die Nachfrage an das touristische Angebot: Stärker verlangt werden z. B. Wellnessreisen, Gesundheitsreisen, Studienreisen oder Kreuzfahrten. Längerfristig brems jedoch die Erhöhung des Renteneintrittsalters die Zuwächse bei Seniorenreisen.

Die prognostizierte **Umkehr der Bevölkerungspyramide**, d.h. mehr alte als junge Menschen, fordert in Zukunft die Versorgung heraus in den Bereichen Soziales, Medizin und Finanzen.

### **Entwicklungsländer**

Bei den Entwicklungsländern betrachtet man das **gesamte Bevölkerungswachstum**, das meist rapide zunimmt. Dabei sind Ressourcen wie Nahrung und Wasser oft heute schon knapp.

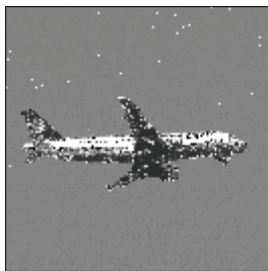
Naturkatastrophen wie Dürre, Flut und Erdbeben, Krankheiten wie AIDS und Ebola, Bürgerkriege, politische Unsicherheiten und terroristische Bedrohungen verlangsamen bzw. verhindern weiteren Fortschritt in diesen Ländern.

In vielen Entwicklungsländern ist jedoch Tourismus die Haupteinnahmequelle und damit ein Hoffnungsträger für die Zukunft des Landes. Negative Entwicklungen, die bspw. zur Ausbeutung von Bevölkerung oder Natur führen (siehe auch Punkt 5: Umwelt), verschärfen die Situation in den betroffenen Ländern.

## 2 Verkehrsmittel und Mobilität



Reisen wird schneller, billiger und immer komfortabler. Vor allem die Anzahl der privaten PKWs verursachte einen enormen Anstieg des Verkehrs - und damit auch des Urlaubsverkehrs. Heute wird für nahezu jede zweite Urlaubsreise der PKW oder das Wohnmobil genutzt. Prognostiziert wird ein zunehmendes Verkehrschaos, so dass Reisen mitunter zur Tortour werden kann.



Großraumflugzeuge und Angebote von Charterflügen machten den Massentourismus erst möglich. Das Flugzeug liegt mit knapp 40% auf Platz zwei aller genutzten Verkehrsmittel. In Zukunft wird es noch mehr, schnellere und günstigere Langstreckenverbindungen geben. Die Bahn als genutztes Transportmittel steht auf Platz vier, hinter dem Bus.

Verkehrsmittel	2000*	2014		
	gesamt	gesamt	Inland	Ausland
<b>Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100%</b>	<b>62,2</b>	<b>70,3</b>	<b>21,5 Mio.</b>	<b>48,8</b>
PKW/Wohnmobil	49%	46%	75%	33%
Flugzeug	37%	39%	1%	55%
Bus	9%	8%	10%	7%
Bahn	6%	5%	13%	2%

Quelle: Reiseanalyse 2015, www.fur.de,Urlaubsreisen (5+ Tage), face-to-face, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren; 2000\*: nur Deutsche, 2010: Erweiterung der Grundgesamtheit der RA 2011

Tabella 1: F.U.R.; Reiseanalyse 2015

Heute ist das Schiff kein Übersee-Beförderungsmittel mehr für Fernreisende, sondern eher ein schwimmendes Hotel; Kreuzfahrtschiffe dienen als Freizeit- und Vergnügungszentren auf hoher See. Weiterhin gefragt sind Fährschiffe, die ein Übersetzen von einem Land/Ufer zum anderen mit oder ohne eigenen PKW, Wohnmobil oder Motorrad ermöglichen.

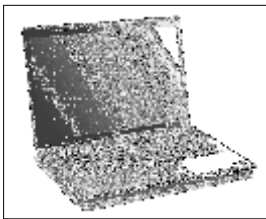


### 3 Einkommen und Freizeit



Derzeit liegt im Tourismus noch kein Marktsättigungsproblem vor, neue Zielgebiete und Urlaubsformen (wie Cluburlaub, Sportreisen, Wellnessreisen) erschließen regelmäßig neue Zielgruppen und Marktchancen; Arbeitszeit- und Urlaubsregelungen sind oft flexibel und bieten ausreichend Zeit zum Reisen. Die Autoren der Kuoni-Trendstudie „Die Zukunft des Ferienreisens“ rechnen allerdings damit, dass in Zukunft die Freizeit eher abnimmt, da in Westeuropa wieder länger gearbeitet werden muss; zudem wird ein Abstieg der westeuropäischen Mittelklasse prognostiziert. Die Folgen für den Reisemarkt bleiben abzuwarten.

### 4 Kommunikation/Medien/Technologie



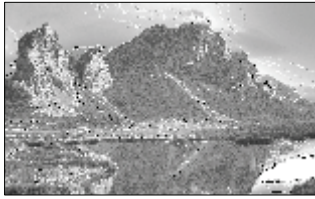
Die Informations- und Kommunikationstechnologie verbreitet sich konsequent weiter, ist ständig verfügbar und wird immer leistungsfähiger; die verstärkte Medienpräsenz weckt das Interesse an fremden Ländern und Kulturen, macht Lust, diese zu entdecken.

Menschen informieren sich in Magazinen, im Fernsehen oder Internet über ein Urlaubsland, können im Reisebüro oder direkt online ohne viel Aufwand buchen. Die Antwortzeiten auf eine Anfrage im Reisebüro oder via Internet sind kurz, die Buchung wird sofort ausgeführt. Moderne Zahlungsmittel (Kreditkarte, Online-Überweisung) ermöglichen den sofortigen, vollständigen Abschluss einer Reisebuchung; zukünftig soll der Zugriff auf Tourist- und Booking-Information noch einfacher, schneller und billiger werden. Weitere Technologien verändern das Reisen: Geotagging<sup>1</sup>, Google Earth und GPS gestalten Landkarten um, Tracking-Services ermöglichen, Reisende wie Postpakete zu markieren und jederzeit zu orten, Umwelt-Kontrolltechnologien gewinnen in gefährdeten Regionen weiter an Bedeutung: Von Naturkatastrophen bedrohte Reiseziele hängen zunehmend ab von Frühwarnsystemen, Wasseraufbereitungs- und Wetterkontrolltechnologien.

<sup>1</sup> Geotagging: das Hinzufügen von geographischen Koordinaten zu Fotos



## 5 Umwelt



Intensiver Fremdenverkehr und Massentourismus führen oft zu einem massiven Eingriff in die Umgebung und Umwelt von Reisegebieten. So z. B.:

- **Belästigung** durch Lärm, meist Verkehrslärm;
- **Verschmutzung** von Boden, Luft und Wasser;
- **Veränderung/Zerstörung** des Landschaftsbildes;
- **Zerstörung** traditioneller Kulturlandschaften;
- **Identitätsverlust** der Bevölkerung.

Um diese Fehler, die mit dem Aufkommen des Massentourismus entstanden, künftig zu verhindern bzw. abzustellen, müssen Feriengebiete ökologisch behutsamer und in einer neuen Qualität erschlossen bzw. angepasst werden. Auch Reisende, Fremdenverkehrsregionen und Unternehmen verändern ihre Einstellung und lehnen den radikalen, rücksichtslosen Tourismus ab. Es findet eine Verschiebung statt, hin zu einem **sanften, nachhaltigen Tourismus**. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass er sich im Gleichgewicht befindet mit der natürlichen Umwelt und den Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung. Dies kann bedeuten: kein Bau von überdimensionalen Hotelkomplexen, kein Ableiten ungeklärter Abwässer ins Meer, Verbot von Motorbooten auf Binnenseen, Ausbau von Naturschutzgebieten und vieles mehr.

Die positive Entwicklung von Urlaubsdestinationen muss Ziel des Tourismus sein. Urlaubsparadiese, die inmitten tiefster Armut und Not liegen oder die touristisch ausgebeutet werden, sollten auf Dauer nicht bestehen. Hier müssen sowohl **Reisende** als auch **Reiseanbieter verantwortlich handeln**. Sich über ein Reiseland mit seinen länderspezifischen Problemen zu informieren sowie der gesamten Bevölkerung respektvoll zu begegnen, ist Pflicht eines jeden Reisenden.

### **Gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern**

Ihr Urlaub mit Dertour soll zur schönsten Zeit des Jahres werden, das ist unser Anspruch und unser Bestreben. Sie und wir wissen jedoch auch um die Schattenseiten, die der Tourismus gerade in fernen Ländern mit sich bringen kann, Kinderprostitution ist sicherlich eine der schlimmsten. Dertour setzt sich deshalb als Mitglied des Deutschen Reisebüro- und Veranstalter Verbandes (DRV) gemeinsam mit ECPAT-Deutschland aktiv und nachhaltig für die Kinderrechte und gegen die sexuelle Ausbeutung ein. Die DERTOUR-Vertragshotels werden von uns angehalten, keine Kinderprostitution zu dulden.

Abbildung 5: Bsp. DERTOUR Engagement; www.dertour.de, 2015

Weitere Informationen zu ECPAT Deutschland (Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung) lesen Sie in Lernpaket 3.

## **6 Offene Grenzen**

Erst durch offene Grenzen und weltweite Zusammenarbeit entwickelte sich eine Reisefreiheit, wie wir sie heute kennen – mit sich immer weiter liberalisierenden Einreisebestimmungen. **Zudem entstehen durch den Wirtschaftszweig Tourismus** eine Vielzahl von Arbeitsplätzen. Daher wird weltweit eine Tourismuspolitik verfolgt, die der Branche ein langfristiges Wachstum sichern soll.

Beispiele für Europa:

<b>Jahr</b>	<b>Aktion</b>
1993	wurde der <b>Europäische Binnenmarkt</b> geschaffen: Waren-, Dienstleistungs-, Kapital- und Personenverkehr können hier völlig frei fließen.
1995	trat das <b>Schengener Abkommen</b> in Kraft: Zwischen den Teilnehmerländern des Abkommens finden keine Personenkontrollen an der Grenze mehr statt.
2002	wurde der <b>EURO</b> eingeführt: Dieser erleichtert Reisenden innerhalb der EURO-Länder den finanziellen Teil der Reise.
bis heute	<b>Aufnahme weiterer osteuropäischer Länder</b> in die EU.

Tabelle 2: Offene Grenzen, Jahreszahlen

### 3 GRUNDBEGRIFFE DER TOURISTIK

---

Tourismus und Touristik beinhalten als globale Sammelbegriffe alle Spielarten des Reisens, des Fremdenverkehrs und der Fremdenverkehrswirtschaft. Touristik umfasst sowohl die Tätigkeit des Reisens als auch den Aufenthalt am Zielort.

*Touristen sind Personen, „die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes reisen und sich dort für nicht mehr als ein Jahr aufhalten aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am besuchten Ort verbunden sind.“*

Abbildung 6: Definition Tourist; Quelle: UNWTO Welttourismusorganisation

Als Folge des Massentourismus hat der Tourist in den Augen der jeweils Einheimischen oft eine eher abschätzigere Wortbedeutung erlangt. Nennen wir ihn daher, wertneutral und exakt definiert, lieber Reisenden oder Urlauber.

#### **Tourismus ist Dienstleistung!**

Jeder Reisende ist auf touristische Dienstleistungen angewiesen. Selbst wenn er zu Fuß wandert, braucht er einen Gasthof zum Übernachten, Wanderwege, die ihm die Schönheit der Landschaft erschließen und Wegweiser, die ihn ans Ziel führen.

Das touristische Produkt ist dementsprechend ein **Dienstleistungsbündel**, an dem zahlreiche **Leistungsanbieter** beteiligt sind.

### 3.1 Die Leistungsanbieter

Ein touristisches Angebot für einen Reisenden, der seinen Urlaub z.B. am sonnigen Strand des Mittelmeeres genießen will, erfordert umfangreiche Leistungen:

- **Reisebüro** und **Reiseveranstalter** informieren, reservieren und organisieren,
- **Fluggesellschaft, Bahn, Bus** etc. sorgen für den Hin- und Rücktransport oder der Reisende fährt im eigenen Auto,
- das **Hotel** stellt Zimmer und Service bereit,
- der **Zielort** sorgt bspw. für einen schönen Strand, präsentiert seine Sehenswürdigkeiten, bietet Gastronomie, Einkaufsmöglichkeiten und Unterhaltung.

Daraus abgeleitet gliedert sich das touristische Produkt in **fünf Elemente**:

- **materielle** Leistungen,
- **immaterielle** Leistungen,
- **Transportleistungen**,
- **natürliche** und **landschaftliche** Faktoren,
- **kulturelle** und **wirtschaftliche** Faktoren.

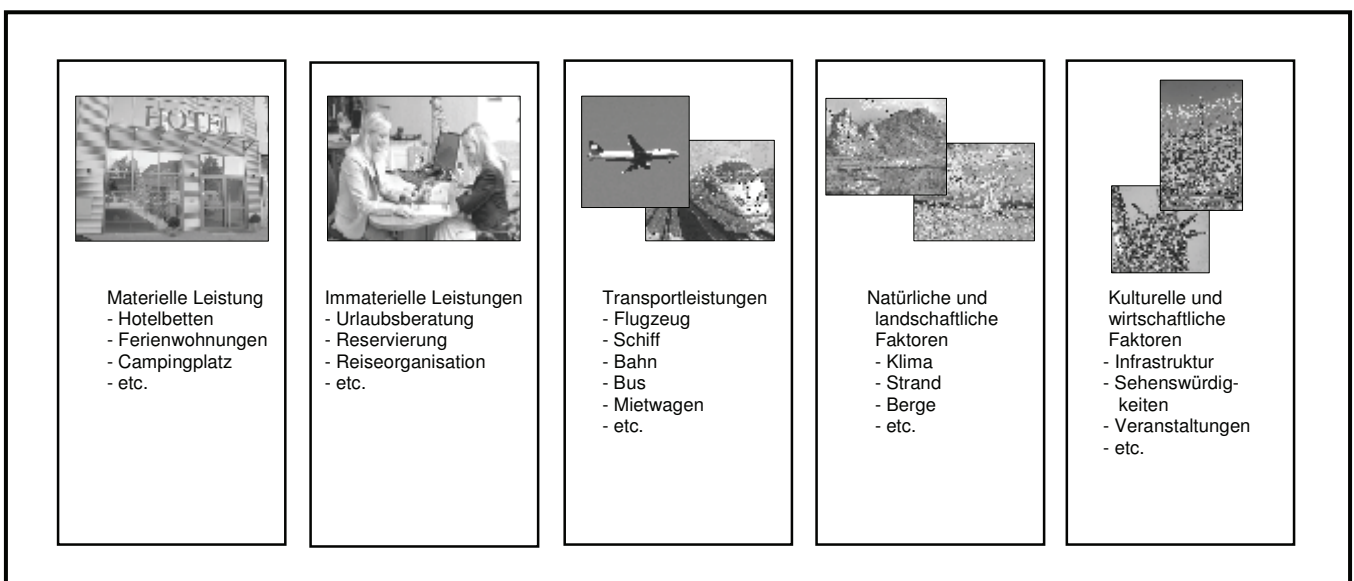


Abbildung 7: Die 5 Elemente des touristischen Produkts

Die Bereitstellung dieser Leistungen für den Fremdenverkehr erfolgt also durch die **Leistungsanbieter**. Nachfolgend erhalten Sie einen Überblick über alle Einzelbetriebe, die am touristischen Gesamtprodukt mitwirken:

### **1 Vermittlungs- und Förderungsbetriebe**

(mehr dazu in Lernpaket 2)

- Reisebüros, Reisevermittler
- Reiseveranstalter
- Verkehrs- und Kurvereine

### **2 Verkehrsträger**

(mehr dazu in den Lernpaketen 6, 7 und 9)

- Bahn
- Schifffahrt
- Flugverkehr
- Busreisen

### **3 Beherbergungsindustrie**

(mehr dazu in Lernpaket 2)

- Hotels, Pensionen
- Gasthöfe
- Kurhäuser
- Campingplätze etc.

### **4 Verpflegungsbetriebe**

- Gaststätten
- Restaurants
- Imbissstätten
- Lebensmittelgeschäfte etc.

## **5 Autovermietungen**

(mehr dazu in Lernpaket 9)

## **6 Reiseversicherungen**

(mehr dazu in Lernpaket 4)

## **7 Fremdenverkehrsorganisationen**

(mehr dazu in Lernpaket 2)

- auf internationaler Ebene
- auf bundesweiter Ebene
- auf Ebene der Bundesländer
- auf Kreisebene
- auf Ortsebene

## **8 Nebenbetriebe**

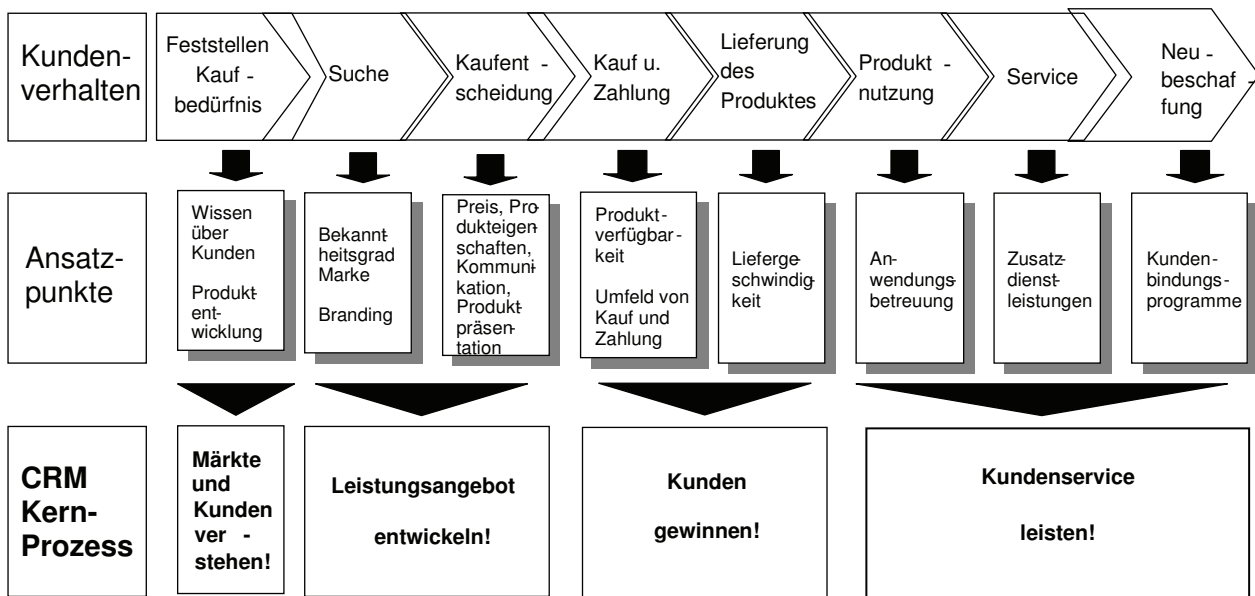
Betriebe, die weitere touristische Wünsche erfüllen, z.B.

- Sportgeräteverleih
- Tourenanbieter
- Spielcasino
- Unterhaltungslokale
- Bars
- Souvenirgeschäfte u.v.m.

Der Reisende erwartet von einem touristischen Angebot nicht eine einzelne Leistung, sondern ein Paket mit verschiedenen Leistungen.

## 9 Management von Kundenbeziehungen

Jeder einzelne Anbieter einer Leistung ist ein wichtiges Glied in der Kette der gesamten Angebotspalette.



Quelle: Gemini Consulting, 2000

Abbildung 8: Die Kernprozesse des Kundenbeziehungs-Managements

Die Übersicht verdeutlicht die einzelnen **Schritte des Kundenverhaltens** beim Kauf eines Produktes. Dies gilt auch bei einer Reise. Das Schaubild zeigt zudem die Punkte, an denen der jeweilige Leistungsanbieter ansetzen kann und muss, um seinen Anteil an der Leistungskette für den Kunden höchst zufriedenstellend anzubieten.

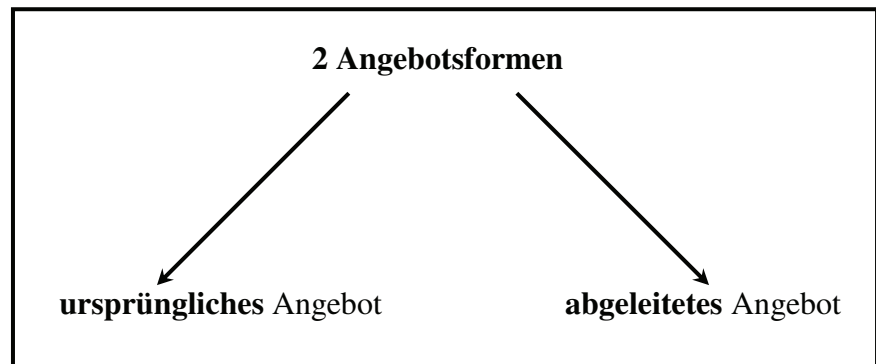
Diese Kette von Ansatzpunkten mündet in die vier **Kernprozesse** des Kundenbeziehungs-Managements (= CRM<sup>2</sup>):

- Märkte und Kunden verstehen
- Leistungsangebot entwickeln
- Kunden gewinnen
- Kundenservice leisten

<sup>2</sup> CRM = Customer Relationship Management/Kundenbeziehungs-Management

## 10 Das Leistungspaket

Ein Leistungspaket besteht aus zwei unterschiedlichen Angebotsformen:



### Das ursprüngliche Angebot

Das **ursprüngliche** Angebot eines Urlaubsortes schließt alle Vorzüge ein, die **unabhängig vom Tourismus existieren**, aber den touristischen Reiz ausmachen:

- natürliche Voraussetzungen (Landschaft, Vegetation und Tierwelt, geographische Lage und Klima),
- gesellschaftlich-kulturelle Gegebenheiten (Kultur, Tradition, Mentalität, Sprache, Bauwerke, Kunst),
- Infrastruktur (allgemeine Versorgungs- und Verkehrseinrichtungen).

### Das abgeleitete Angebot

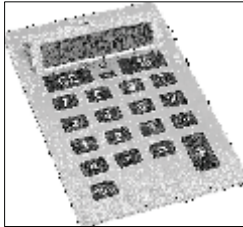
Das **abgeleitete** Angebot umfasst alle speziell dem **Ausbau des Tourismus dienenden Leistungen**:

- Hotellerie und Gastronomie
- Nebenbetriebe wie Souvenirläden, Diskotheken, Bars etc.
- Fremdenverkehrseinrichtungen wie Parkanlagen, Wanderwege, Sportstätten
- Bergbahnen, Badestrände
- Kureinrichtungen in Kurorten



## 4 TOURISMUS UND WIRTSCHAFT

---



Seit sich der Tourismus zu einem überaus einträglichen Wirtschaftszweig entwickelt hat - in manchen Ländern sogar zu einer der wichtigsten Branchen überhaupt - nimmt sich auch die Politik des Tourismus an. In Staaten, die stark vom Tourismus abhängig sind, gibt es häufig Tourismusministerien, die Entwicklung und Marketing des Fremdenverkehrs steuern.

Laut Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW) arbeiteten 2014 ca. 2,9 Millionen Personen in Deutschland im Tourismus. Die Branche trägt über 9,7% zum Bruttoinlandsprodukt<sup>3</sup> bei.

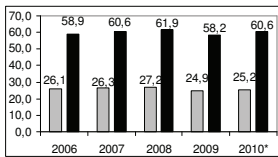
Die Tourismuspolitik unterscheidet sich in öffentlich/amtliche und private Politik. Dabei wird die private Tourismuspolitik sowohl individuell von Unternehmen getragen als auch kollektiv von entsprechenden Interessenvertretungen.

Die **Tourismuspolitik** nimmt Einfluss auf **Entwicklung, Gestaltung und Lenkung des Fremdenverkehrs** durch öffentlich-rechtliche Körperschaften wie Staat und Gemeinden, durch organisierte Interessengemeinschaften wie Verbände und Vereine sowie durch lose verbundene Aktionsgemeinschaften von Interessengruppen.

---

<sup>3</sup> **Bruttoinlandsprodukt: BIP**, misst die Produktion von Gütern und Dienstleistungen, d.h. es erfasst die Leistung in einem definierten Wirtschaftsgebiet (z.B. in Deutschland oder auch in einem Bundesland, z.B. Bayern).

## 4.1 Begriffe und Kennzahlen



Dieses Kapitel beinhaltet zahlreiche Statistiken und Diagramme. Wichtig ist zu erkennen, welche Informationen Sie aus einer Statistik oder einem Diagramm ziehen können.

Nachfolgende Begriffe und Kennzahlen sind Basisdaten der Tourismusbranche. Sämtliche Tabellen beschreiben das Reiseverhalten der Deutschen in den letzten Jahren.

Die Forschungsgemeinschaft **Urlaub und Reisen** e.V. veröffentlicht regelmäßig Statistiken in ihrer Reiseanalyse; Internet: [www.fur.de](http://www.fur.de)

### 1 Kurzreise

Dauer: 2-4 Tage

### 2 Reise

Dauer: mindestens 5 Tage

### 3 Reiseintensität

Die Zahlen zur Reiseintensität beziehen sich auf die deutschsprachige Bevölkerung ab **14 Jahren**, die mindestens **1 Urlaubsreise** unternommen hat, die mindestens **5 Tage lang** dauert. Die tatsächliche Dauer der Reise (1 oder 3 Wochen) bzw. die tatsächliche Anzahl der Reisen (1 oder 3 Reisen) spielt dabei keine Rolle. Die Kennzahl wird in Prozent angezeigt.

Urlaubsreisekennziffern (5+ Tage)	2012	2014
Umsatz (Mrd.)	63,3	67,3
Urlaubsreiseintensität (in % d. Bev.)	76	77,4
Urlaubsreisende (Mio.)	53,6	54,6
Urlaubsreisen (Mio.)	69,3	70,3
Quelle: Reiseanalyse 2015, www.fur.de, Jan - Dez, face-to-face deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren		

Tabelle 3: F.U.R.; Reiseanalyse 2015

## 4 Reishäufigkeit

Die Reishäufigkeit besagt, **wie viele Reisen** ein Reisender **durchschnittlich im Jahr** macht; die Reishäufigkeit errechnet sich aus der Anzahl aller Urlaubsreisen geteilt durch die Anzahl aller Reisenden.

<b>Urlaubsreisekennziffern (5+ Tage)</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>
Urlaubsreisen (Mio.)	69,3	70,3
Urlaubsreisende (Mio.)	53,6	54,6
Urlaubsreise-Häufigkeit (p.Person)	1,29	1,29
Quelle: Reiseanalyse 2015, www.fur.de, Jan - Dez, face-to-face deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren		

Tabelle 4: F.U.R.; Reiseanalyse 2015

## 5 Reisedauer

Die Reisedauer beschreibt die **durchschnittliche Länge einer Urlaubsreise** in Tagen. Sie errechnet sich aus der Summe der Urlaubsreisen in Tagen geteilt durch die Anzahl der Urlaubsreisen. Erkennbar ist ein Trend zu kürzeren Reisen.

<b>Ø Reisedauer in Tagen</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>
Urlaubsreisen	12,6	12,5
Quelle: Reiseanalyse 2015, www.fur.de, Jan – Dez, face-to-face deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren		

Tabelle 5: F.U.R.; Reiseanalyse 2015

## 6 Anzahl Urlaubsreisen

Hier geht es um die Menge an Urlaubsreisen, die die Deutschen in einem Jahr unternommen haben.

<b>Urlaubsreisekennziffern (5+ Tage)</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>
Umsatz (Mrd.)	63,3	67,3
Urlaubsreisen (Mio.)	69,3	70,3
<b>Urlaubsreisekennziffern (2 - 4 Tage)</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>
Umsatz (Mrd.)	20,1	19,8
Kurzurlaubsreisende (Mio.)	33,4	32,6
Kurzurlaubsreisen (Mio.)	79,6	75,7
Kurzurlaubsreisen-Häufigkeit (p. Person)	2,39	2,32
Quelle: Reiseanalyse 2015, www.fur.de, Jan - Dez, face-to-face deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren		

Tabelle 6: F.U.R.; Reiseanalyse 2015



## 4.2 Urlaubsziele

Weltweit gibt es heute touristische Zielgebiete. Diese werden in verschiedenen Gruppen zusammengefasst, z.B. nach geographischer Zugehörigkeit oder bestimmten Urlaubspräferenzen. Die Beliebtheit der touristischen Zielgebiete wechselt regelmäßig. Die wichtigsten Urlaubsziele:

### 1 Reiseziele im Inland und europäischen Ausland

- Deutschland mit seinen typischen Urlaubsregionen
- Mittelmeer mit direkt ans Mittelmeer angrenzende Regionen
- Westeuropa mit GB, IRL, F, NL, CH, A
- Osteuropa mit H, CZ, PL, GUS etc.
- Skandinavien mit DK, N, S, FIN

### 2 Außereuropäische Ziele und Fernreiseziele

- Kleinasien und Nahost mit den Tourismusländern Israel, Jordanien
- Mittelost mit den Golfstaaten, Pakistan, Indien
- Fernost mit der Volksrepublik China, Taiwan, Hongkong
- Südostasien mit Thailand, Malaysia, Indonesien und den Philippinen
- Australien und Neuseeland
- Südseeinseln
- Inseln im Indischen Ozean, Seychellen, Mauritius, Réunion, Malediven
- Afrika mit den touristischen Schwerpunkten Ägypten, Ostafrika, Südafrika
- Nordamerika mit USA und Kanada
- Mittelamerika, Südamerika und Karibik

### 3 Urlaubsziele im In- und Ausland (tabellarisch)

Obwohl die Begriffe **Reisen** und **Urlaub** für viele Menschen mit Ausland, Sonne, Meer und Exotik verbunden sind, verbrachten in 2014 wie auch in 2000 ca. **30 %** der Deutschen ihren Urlaub im eigenen Land, ca. **70 %** der Urlaubsreisen führten ins Ausland.

<b>Urlaubsziele im In- und Ausland</b>	<b>2000</b>	<b>2014</b>
<b>Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100%</b>	62,2 Mio.	70,3
	%	%
<b>Deutschland gesamt</b>	<b>29,3</b>	<b>30,5</b>
<b>Ausland gesamt</b>	<b>70,7</b>	<b>69,5</b>
<b>Mittelmeer</b> Direkt ans Mittelmeer angrenzende Regionen	36,5	36,2
<b>Westeuropa</b> GB, IRL, F, NL, CH, A	15,4	13,3
<b>Osteuropa</b> H, CZ, PL, GUS, etc.	6,1	6,6
<b>Skandinavien</b> DK, N, S, FIN	3,7	2,7
<b>Fernreisen</b>	7	7,6
Urlaubsreiseziele; Quelle: DRV Zahlen und Fakten 2014 Auswahl von Zielen dargestellt; Werte addieren sich nicht zu 100%.		

Tabelle 7: Urlaubsziele 2014; Quelle: DRV Zahlen und Fakten 2014

Beachtliche 30,5 % der Deutschen verbringen ihren Urlaub in Deutschland, gefolgt von den Mittelmeerländern mit 36,2 % und den westeuropäischen Ländern mit 13,3 %. Fernreiseziele haben einen Marktanteil von 7,6 %.

### 4.3 Politische/weltwirtschaftliche Situationen

Eine Urlaubsreise ist für viele Deutsche mittlerweile Standard. Dabei spielen bei der Entscheidung für ein Urlaubsziel die eigene wirtschaftliche Situation eine Rolle sowie die politische und weltwirtschaftliche Lage.

Der moderne Tourist hat heute zahlreiche unterschiedliche Urlaubsmöglichkeiten und wählt dementsprechend seine Reise flexibel aus. Er kann somit auf veränderte Rahmenbedingungen in den Zielgebieten reagieren; bspw. nach Unruhen oder einer Naturkatastrophe. Dabei wirkt es sich positiv auf die Reisebereitschaft aus, wenn ein Land die Situation der Reisenden bei der Einreise erleichtert oder auch neue touristische Attraktionen oder Kulturstätten bietet.

Die Trendindikatoren der aktuellen Reiseanalyse zeigen nach oben. Der Umsatz war in 2014 mit 67,3 Mrd. € so hoch wie noch nie; die wirtschaftlichen Aussichten werden für 2015 noch optimistischer gesehen, die Ausgabebereitschaft für Urlaube bleibt stabil.

Bezogen auf die Zahl der Einwohner verfügt Deutschland über eines der dichtesten Reisebüro netze der Welt. Die Mehrzahl der Deutschen, rund 85 %, bucht Pauschalreisen nach wie vor im Reisebüro. Mit ca. 2,9 Mio. Beschäftigten sind 7% der Arbeitsplätze in Deutschland vom Tourismus abhängig! Daher zählt der Tourismus für die Bundesregierung zu den Schlüsselbranchen.

Das **Auswärtige Amt** (AA) mit seiner Zentrale in Berlin vertritt die Interessen Deutschlands in der Welt, fördert den internationalen Austausch, pflegt Beziehungen zu anderen Staaten sowie zu zwischen- und überstaatlichen Organisationen, leistet Deutschen im Ausland Schutz und Hilfe. Es erstellt u.a. Reisehinweise, Sicherheitshinweise und Reisewarnungen für verschiedene Länder:

**Reisehinweise** enthalten Informationen unter anderem über die Einreisebestimmungen eines Landes, medizinische Hinweise, straf- oder zollrechtliche Besonderheiten. Sie werden regelmäßig überprüft und aktualisiert.

**Sicherheitshinweise** machen auf besondere Risiken für Reisende und im Ausland lebende Deutsche aufmerksam. Sie können die Empfehlung enthalten, auf Reisen zu verzichten oder sie einzuschränken. Gegebenenfalls wird von nicht unbedingt erforderlichen oder allen Reisen abgeraten. Auch die Sicherheitshinweise werden regelmäßig überprüft und aktualisiert.

**Reisewarnungen** enthalten einen dringenden Appell des Auswärtigen Amtes, Reisen in ein Land oder in eine Region eines Landes zu unterlassen. Sie werden nur dann ausgesprochen, wenn aufgrund einer akuten Gefahr für Leib und Leben vor Reisen in ein Land oder in eine bestimmte Region eines Landes gewarnt werden muss. Eine Reisewarnung wird nur selten ausgesprochen. Deutsche, die in diesem Land leben, werden gegebenenfalls zur Ausreise aufgefordert.

Abbildung 9: Auszug aus der Internetseite des Auswärtigen Amtes, 2015

**Anschrift:**



Auswärtiges Amt

11013 Berlin

Telefon +49 30 1817 0

Internet: [www.auswaertiges-amt.de](http://www.auswaertiges-amt.de)

Die rund 230 Auslandsvertretungen, bspw. Botschaften und Konsulate, repräsentieren Deutschland im Ausland. Auf Weisung des Auswärtigen Amtes vertreten sie Deutschland vor Ort, wahren Staatsinteressen, schützen Bürger im Gastland, verhandeln mit der jeweiligen Regierung, fördern politische Beziehungen sowie die wirtschaftliche, kulturelle und wissenschaftliche Zusammenarbeit.

## 4.4 Die Tourismusbranche als Arbeitgeber



Die Tourismusbranche ist einer der größten Arbeitgeber in Deutschland.

### 1 Beschäftigung

Laut Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW) arbeiten im Tourismus im Jahr 2014 2,9 Mio. Beschäftigte.

Die Summe aller deutschen Reisebüros lag 2014 bei ca. 9.829. Bei deutschen Reisebüros und Reiseveranstaltern waren ca. 67.230 Personen beschäftigt, davon ca. 2.296 in der Ausbildung.

*Es besteht ein großer Bedarf an gut ausgebildeten  
Fachkräften für die vielfältigen Dienstleistungen  
auf dem Gebiet des modernen Tourismus!*

### 2 Devisen

Die Einnahmen aus dem Reiseverkehr betrugen in 2014 in Deutschland 33,0 Mrd. Euro, während sich die Ausgaben auf 69,9 Mrd. Euro beliefen.

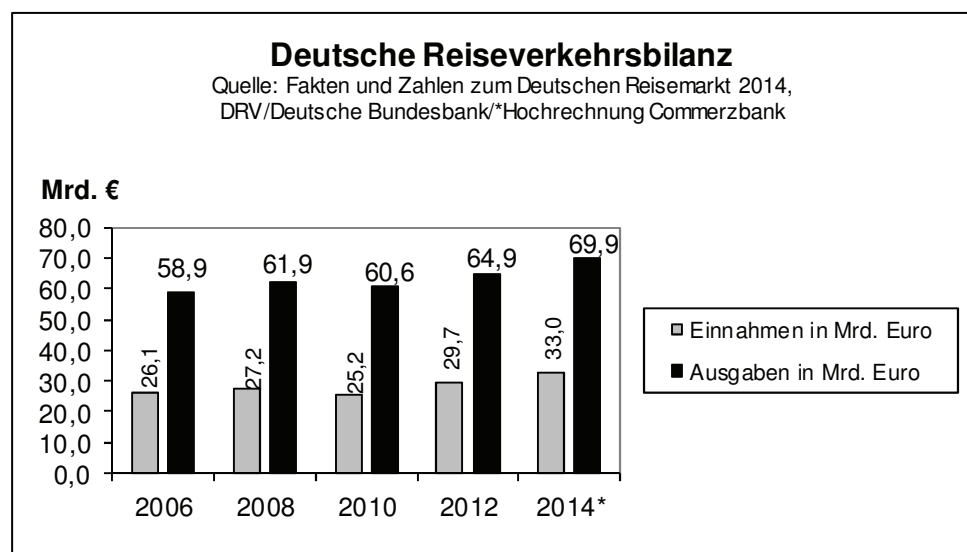


Tabelle 8: DRV; Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt, Ausgabe 2014;  
\*Hochrechnung Deutsche Bank



### 3 Die Leistungsanbieter als Arbeitgeber

Die bereits erwähnten Leistungsanbieter der Tourismusbranche

- Vermittlungs- und Förderungsbetriebe
- Verkehrsträger, Beherbergungsindustrie
- Verpflegungsbetriebe, Nebenbetriebe
- Autovermietungen, Reiseversicherungen
- Fremdenverkehrsorganisationen

können ohne die geeigneten Arbeitnehmer in den verschiedenen Sparten nicht bestehen. Hier gibt es bereits für jeden Menschen- und Arbeitstyp geeignete Arbeitsplätze oder es entstehen welche. Auch der Schritt in die Selbstständigkeit ist häufig möglich.

Vieles spricht dafür, dass sich die Tourismusbranche auch nach temporären Einbrüchen immer wieder positiv entwickelt. Obwohl es momentan nicht nach weiter steigenden Realeinkommen aussieht, sparen die Menschen nicht unbedingt am Urlaub, wie sich in bereits vergangenen Rezessionsphasen gezeigt hat. Außerdem liegen beachtliche Sparreserven vor, von denen für den wohlverdienten Urlaub durchaus etwas abgezweigt wird.

#### Reiseausgaben pro Person:

	2012	2014
<b>Reiseausgaben durchschn. pro Person und Reise</b>	914 €	958 €
Quelle: Reiseanalyse 2015, www.fur.de,Urlaubsreisen (5+ Tage), face-to-face, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren		

Tabelle 9: F.U.R.; Reiseanalyse 2015

## 5 REISEMOTIVE UND URLAUBERTYPEN

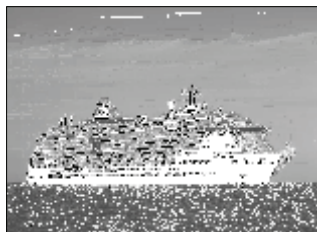


Warum verreisen Menschen? Was sind die häufigsten Erwartungen an eine Urlaubsreise?



Die Frage nach den Reismotiven ist von grundlegender Bedeutung für die Touristik, denn wie in jedem Wirtschaftszweig gilt auch hier das Wechselspiel von Angebot und Nachfrage. Daher müssen vom Fremdenverkehrsbüro bis zum Reisebüro alle touristischen Anbieter wissen, was Urlauber von ihrer Reise erwarten.

Es gibt zahlreiche Reismotive, die dem jeweiligen Zeitgeist unterliegen, sehr individuell sein und in den Prioritäten wechseln können.



Im Tourismus zählen Trends, und nur durch ständige Marktbeobachtung sind diese Trends zu erkennen. In nachstehendem Diagramm sehen Sie, welche Urlaubsarten Reisende in 2014 bevorzugten. Sonne und Strand, Ausruhen und Natur waren demnach die beliebtesten Urlaubsformen. Deutlich weniger Urlauber unternahmen Kultur-, Gesundheits- und Studienreisen.

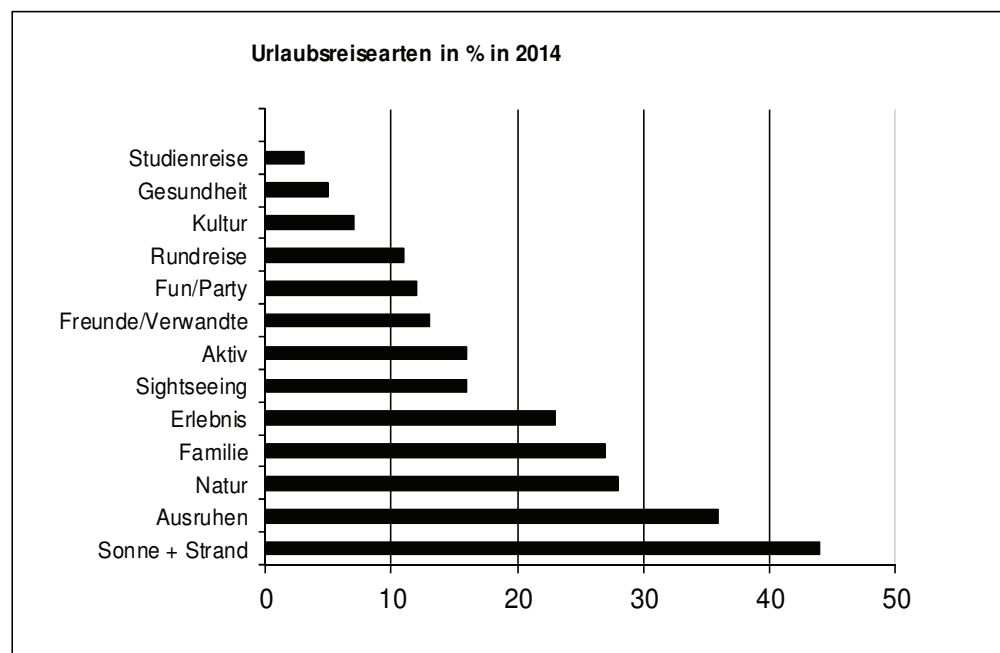


Abbildung 10: Urlaubsreisearten in 2014; Quelle: Reiseanalyse RA 2015, F.U.R.

## Ferienreisen: Trends und Gegentrends bis 2020

(Gemäß Kuoni-Trendstudie „Die Zukunft des Ferienreisens“)

- Reisen als Massengeschäft besteht prinzipiell weiterhin, obwohl es weniger organisierten, weniger pauschalen, dafür mehr individualisierten Massenkonsum mit neu zusammengestellten Service-Kategorien geben wird.
- Gemeinschaft rückt verstärkt in den Fokus: Persönliche Begegnungen, Zusammenkommen mit Familie und Freunden als Ziel einer Reise nehmen zu, Touristen erwarten mehr „Begegnungsservice“, organisierte Treffen und Dates, vor allem für Singles.
- Als Gegenpol zu Komplexität, Mobilität, Chaos im Alltag, suchen Reisende im Urlaub mehr Normalität und Stillstand, bleiben deshalb zu Hause oder fahren stets an den selben Urlaubsort.
- Unzählige Angebote drohen, Reisende zu überfordern. Daher haben auch künftig einfache Reisearrangements ihren Markt.
- 2020 sind die abgegrenzten Ferien-Freizeit-Bereiche verschwunden, vermischen sich Ferienreisen mit anderen Tätigkeiten zu sogenannten hybriden<sup>4</sup> Angeboten: Hotels wachsen mit Kliniken, Schulen oder Museen zusammen, Ferienclubs verfügen über Handwerksarbeitsstätten, Hochhäuser über Wellness-Ressorts usw.
- 2020 sind nahezu alle Destinationen bekannt, ist die Welt entdeckt und vor allem reizüberflutete, ältere, westeuropäische Urlauber haben bereits alles erlebt. Gesucht werden daher meditative Ruhe, spirituelle Erlebnisse und Relax-Angebote.

Die nächsten Jahre werden zeigen, welche Folgen sich für das Reisen aus den genannten Trends bereits ergeben haben.

---

<sup>4</sup> Hybrid, hier: aus Verschiedenartigem zusammengesetzt, von zweierlei Herkunft; gemischt; zwitterhaft

## 5.1 Das Bedürfnis nach Urlaub



Grundsätzlich gilt, dass der Mensch gewisse Bedürfnisse hat, die er zu befriedigen versucht. Nach Maslow (1943) können diese Bedürfnisse in verschiedene Ebenen mit verschiedenen Dringlichkeiten eingeteilt werden. Dabei sind die Grundbedürfnisse am ehesten zu befriedigen, bevor die Bedürfnisse der folgenden Ebenen an Gewicht zunehmen.

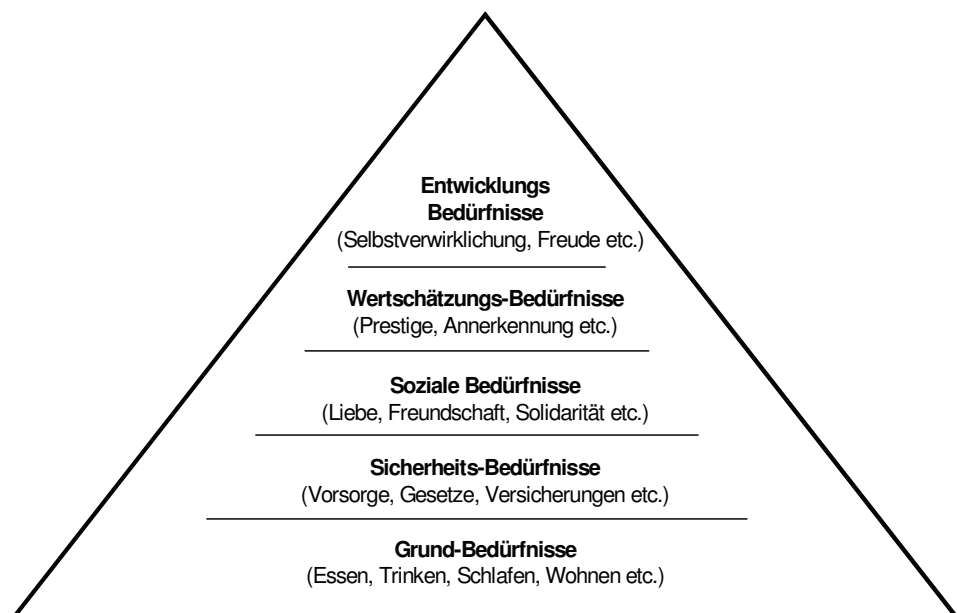


Abbildung 11: Bedürfnispyramide nach Maslow

Demnach ist Urlaub kein Grundbedürfnis. Trotzdem zählt für die Deutschen der Urlaub schon lange nicht mehr zum Luxus, sondern ist zum Standard und damit zu einem Standardbedürfnis geworden.

Diese Aussage lässt sich nicht auf alle Länder übertragen. Vor allem in den ärmeren und in den Entwicklungsländern ist ein Urlaub weiterhin ein unerreichbarer Luxus.

## 5.2 Motivation für Urlaub

Hier unterscheiden sich verschiedene Motivationsarten, die zum Teil ineinander fließen können. Oft vermengen sich auch die daraus resultierenden Urlaubsarten, wie der tägliche Umgang mit Kunden im Reisebüro zeigt. Mehr und mehr wünschen Kunden kombinierte Reisen, wie z. B. eine Wandertour, eine Abenteuer- oder Studienreise mit anschließendem Hotelaufenthalt am Meer oder einer Woche Wellnessurlaub.

Motivation	Wunsch	Beispiele Urlaubsart
Interpersonell	Kommunikation, Miteinander	Cluburlaub Familienbesuch (auch international)
Physisch	Körperliche Betätigung bzw. Körperliche Erholung	Sporturlaub Abenteuerurlaub  Erholungsurlaub Wellnessurlaub
Psychisch	Geistiger Ausgleich zum Berufsleben und Alltag	Studienreise Erlebnisreise
Prestige- /Status	Anerkennung Selbstverwirklichung	Cluburlaub Geschäftsreise Erlebnisreise
Kulturell	Kulturinteresse Bildung	Studienreise Weltreise längerer Urlaub im Ausland

Tabelle 10: Motivationsgründe

### 5.3 Urlaubertypen

Reisebüromitarbeiter profitieren beim Verkauf einer Reise davon, die Wünsche ihrer Kunden so genau wie möglich zu kennen. Dabei ist es sinnvoll, grundlegende Vorstellungen zu einer Reise und konkrete Wünsche abzufragen, z.B.:

Wenn Sie an Ihren nächsten Sommerurlaub denken, wie wichtig sind Ihnen die folgenden Punkte?

1. gutes und abwechslungsreiches Essen	
2. ein gemütliches Zimmer	
3. die Möglichkeit zu sportlicher Aktivität	
4. sympathische Gäste im Hotel	
5. vor allem Ruhe und Ausschlafen können	
6. interessante Abendunterhaltung am Urlaubsort	
7. schöner und interessanter Blick aus dem Hotelzimmer	
8. der Besuch kultureller Sehenswürdigkeiten	
9. die Möglichkeit, ein neues Hobby kennen zu lernen	
10. den Tag ohne Termine und Planung verbringen	
11. exklusive Restaurants, Bars und Diskotheken	
12. in Ruhe meine mitgebrachten Bücher lesen	
13. die Besichtigung von Naturschönheiten	
14. eine gute Internetverbindung im Hotel	
15. ...	

Benutzen Sie folgende Schätzsкала: Antworten Sie mit (1), wenn Ihnen der genannte Punkt ganz unwichtig ist, mit (2), wenn Ihnen der Punkt ziemlich unwichtig ist, mit (6), wenn Ihnen der Punkt ziemlich wichtig ist, mit (7), wenn Ihnen der Punkt sehr wichtig ist.

Abbildung 12: Fragebogen zu Urlaubertypen

Die Kombination des Wissens über Reisemotive mit soziodemografischen<sup>5</sup> Daten ermöglicht, mehr oder weniger trennscharfe Urlaubertypen zu definieren.

Die Ansätze der Institute und Untersuchungen sind hier vielfältig. Ein häufig angewandter Ansatz lehnt sich an die Typologisierung sogenannter Milieus an. Hier werden Menschen zusammengefasst, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Die Analyse bezieht Faktoren wie Alltagseinstellung zu Arbeit, Familie,

<sup>5</sup> Soziodemografische Daten: Daten über z.B. Alter, Geschlecht, Beruf, Adresse, soziales Umfeld etc.

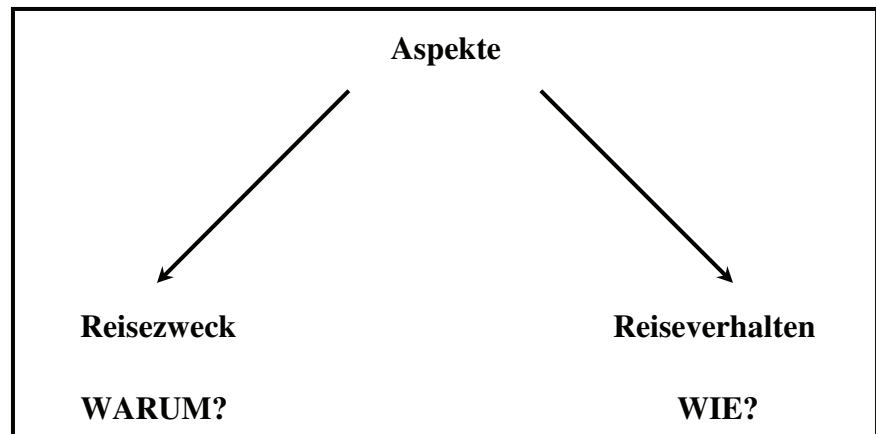
Freizeit, Geld und Konsum ebenso mit ein wie grundlegende Wertorientierungen.

Eine große Chance, Kunden persönlicher betreuen zu können, liegt im besseren Kennenlernen des einzelnen Menschen. Obwohl die meisten Typologisierungen auf den ersten Blick recht oberflächlich erscheinen, treffen sie Aussagen über die Vorlieben bei der Urlaubsplanung und liefern damit erste Hinweise, in welche Richtung die Beratung gehen kann. Fragebogen-Aktionen oder das **persönliche Kennenlernen** des Kunden nach mehreren **Beratungsgesprächen** führen zu qualitativ hochwertiger Unterstützung bei der Urlaubssuche und damit zu zufriedeneren Kunden.

## 6 REISEN: ZWECK, VERHALTEN, FORM, ART

### Reisen ist nicht gleich Reisen!

Das Phänomen des Tourismus zeigt sich in verschiedenen Varianten, wobei zwei Aspekte eine entscheidende Rolle spielen.



Dabei sind die verschiedenen möglichen Reiseformen und Reisearten zu beachten.

### 6.1 Reisezweck – WARUM?

Der Fremdenverkehr unterscheidet drei Erscheinungsformen bei der Frage nach dem **WARUM**, also dem **Zweck einer Reise**:

#### 1 Urlaubsreisen



Urlaubsreisen oder Freizeittourismus dienen dazu, die **persönlichen Bedürfnissen des Reisenden** zu befriedigen, sei es zur Erholung und Entspannung, zur sportlichen Betätigung oder zum Kennenlernen fremder Länder und Kulturen. Der Urlaubsreisende bestimmt Ziel, Reiseart und Zeitpunkt für seine Ferien und bezahlt die Kosten dafür in der Regel aus eigener Tasche.



## 2 Geschäftsreisen



Geschäftsreisen oder Berufstourismus dienen den **definierten Zielen eines Unternehmens**. Ziel und Art des Aufenthalts orientieren sich an den Interessen des Unternehmens. Der Reisende erfüllt eine bestimmte Funktion und die Kosten werden geschäftlich abgerechnet. Gründe können sein: Treffen von Mitarbeitern gleicher oder unterschiedlicher Unternehmen, Reisen zu Seminaren, Messen, Kongressen und andere. Auch sogenannte Incentivereisen als Belohnung für Mitarbeiter oder Geschäftsfreunde fallen in diese Kategorie.

## 3 Kurreisen



Kurtourismus dient der **Vorbeugung, Heilung oder Regeneration des Reisenden**. Arzt und Sozialversicherung entscheiden in der Regel über Ziel und Art des Aufenthalts. Zumindest ein Teil der Kosten wird normalerweise von der Versicherung übernommen.

## 6.2 Reiseverhalten – WIE?

Nach dem Verhalten, **WIE die Reise durchgeführt wird**, lassen sich vier unterschiedliche Erscheinungsformen des Tourismus definieren:

### 1 Massentourismus

Massentourismus ist durch eine **große Zahl von Reisenden** beim Transport und im Zielgebiet geprägt. Reise und Aufenthalt erfolgen kollektiv, der Gruppengedanke wird aktiv unterstützt. Die große Zahl der Touristen ermöglicht eine günstige Preisgestaltung.

## 2 Individualtourismus

Individualtourismus zeichnet sich dadurch aus, dass die Reisenden Transport und Aufenthalt **frei nach eigenen Wünschen gestalten**. Das kann völlig ohne Mithilfe eines Reisebüros oder Reiseveranstalters erfolgen, aber auch mit Buchungs- und Beratungsservice.

## 3 Sozialtourismus

Sozialtourismus ermöglicht auch **Bevölkerungsschichten mit niedrigem Einkommen** zu reisen. Der Markt bietet dafür spezielle Angebotsformen wie z.B. Programme für besonders preisgünstige Familienferien.

## 4 Luxustourismus

Luxustourismus bietet **kaufkraftstarken Kunden** exklusiv gestaltete Reisen zu ebenso exklusiven Preisen.

## 6.3 Reiseformen – WELCHE?

Grundlegend lassen sich Art, Dauer und Leistungsumfang bei der gewählten Reiseform unterscheiden:

### 1 Individualreisen

Individualreisen werden nicht ausgeschrieben, sondern **nach Wunsch des Kunden individuell zusammengestellt**.

Die Mindestleistung des Angebots umfasst im allgemeinen Beförderung, Übernachtung, Voll- oder Teilverpflegung, Transfers, Kurtaxe und Steuern.

## 2 Ausflugsfahrten/Kurzurlaub

Ausflugsfahrten sind **Halbtages-, Tages- oder Wochenendtouren** per Bus, Bahn, Schiff oder Flugzeug. Das Angebot beinhaltet die Beförderung und meist eine Reiseleitung, bei Zweitagesfahrten auch die Übernachtung. Reisen über verlängerte Wochenenden heißen Kurzurlaub und sind meist Städtereisen - eine Urlaubsform, die sich steigender Beliebtheit erfreut.

**IKARUS Aktuell**  
**STÄDTEREISEN ÜBER OSTERN**  
(inkl. Busfahrt, Hotel, Übernachtung/Frühstück, Programm und Reiseleitg.)

- LONDON** 27./28.-30./31.3.+8./9.-11./12.4.+27./28.-30./31.5+... ab **248,-**
- AMSTERDAM** 27./28.-29.3.+3./4.-5.4.+3.-6.4.+6.-9.4.+... ab **139,-**
- PRAG** 3.-6.4.+8.-11.4.+10./11.-12.4.+30.4.-3.5+... ab **135,-**
- WIEN** 3.-6.4.+9.-12.4.+30.4.-3.5.+14.-17.5.+22.-25.5.+... ab **269,-**
- BERLIN** 3.-6.4.+30.4.-3.5.+14.-17.5.+25.-28.5.+... ab **229,-**

**PARIS jede Woche – inklusive Busfahrt, Hotel (UF), Reiseleitung**

- 4 Tage** 25.-29.3.+28.-31.3.+31.3.-3.4.+2.4.5.4.+... ab **189,-**
- 2 1/2 Tage** 27./28.-29.3.+3./4.-5.4.+10./11.-12.4.+17./18.-19.4.+... ab **99,-**

**COSTA BRAVA** Fahrt, z.B. \*\*\* Hotel Santa Rosa, Lloret, 7x HP ab **368,-**

**GARDASEE** Fahrt, z.B. \*\*\* Hotel Palme in Garda, 7x HP ab **425,-**

**PLATTENSEE** Fahrt, z.B. \*\*\* Hotel Marina in B'fürad, 7 x Al ab **395,-**

**Ganzjährig KUR-REISEN (mit BUS, PKW oder FLUG)**

**BAD HEVIZ** 1, 2 oder 3 Wochen Kur, 13 Hotels zur Auswahl  
Busfahrt, \*\*\*\* Hotel, 20 Kuranw., Halbpension, 2 Wochen ab **898,-**

Abfahrten: 27./28.3.+31.3.+10./11.4.+14.4.+24./25.4.+28.4.+8./9.5.+...  
KUR-REISEN auch nach Abano, Marienbad, Bad Füssing & Kolberg

**IKARUS Reisen GmbH**  
Kaiserstr. 25, 76131 Karlsruhe, Tel: 0721-931400  
[www.ikarus-reisen.de](http://www.ikarus-reisen.de)

Abbildung 13: Zeitungsanzeige Ikarus Reisen, Der Kurier 03/2015

## 3 Pauschal-/Bausteinreisen

Pauschalreisen werden für einzelne Personen oder Gruppen als **Angebotspaket** ausgeschrieben.

Eine **Pauschalreise** ist ein Leistungsbündel und muss mindestens zwei Reiseleistungen (=Hauptleistungen) enthalten, die beide einen voneinander losgelösten erheblichen Eigenwert haben (wie z.B. Beförderung und Unterbringung). Unter einer **Bausteinreise** versteht man individuell zusammengestellte Teilleistungen, die bei verschiedenen Anbietern gebucht werden können. Fällt bei Selbstanreise die Beförderung weg, so spricht man von Einzel-Pauschalaufenthalten.

#### 4 Sonderfahrten

Sonderfahrten werden zu **speziellen Anlässen** (z.B. Festspiele, Sportereignisse, Pilgerfahrten, Studienfahrten) für größere Gruppen individuell ausgeschrieben. Mindestleistungen sind Fahrt und Besuch der entsprechenden Veranstaltung.

##### Pilgerreise – Wallfahrt

Lourdes - Nevers – Ars / unter geistlicher Führung  
6 Tage 18. - 23.05. / 03. – 08.09.2015

###### Leistungen / Lourdes

- Fahrt im Fernreisebus mit WC
- geistliche Pilgerleitung
- 5 x Übernachtung/Halbpension
- 2 x Mittagessen in Lourdes
- Zimmer mit Du/WC in guten Hotels
- Evtl. Eintrittsgelder sind nicht enthalten
- Gültiger Ausweis erforderlich
- Reisepreis im Doppelzimmer p.P. 624,00 €
- Einzelzimmerzuschlag 145,00 €



Abbildung 14: Pilgerreise Lourdes; Quelle: [www.launer-reisen.de](http://www.launer-reisen.de) 2015

Neben dem klassischen **Sommer-** und **Winterurlaub** gewinnt auch der Urlaub in den Übergangszeiten Frühjahr und Herbst immer mehr Anhänger. Um die Auslastung der touristischen Einrichtungen zu verbessern, wird den Kunden in der **Nebensaison** eine günstige Preisgestaltung geboten. Familien mit schulpflichtigen Kindern bspw. können aufgrund der Ferien in der Regel nur auf Angebote der Hauptsaison<sup>6</sup> (Hochsaison) zurückgreifen.

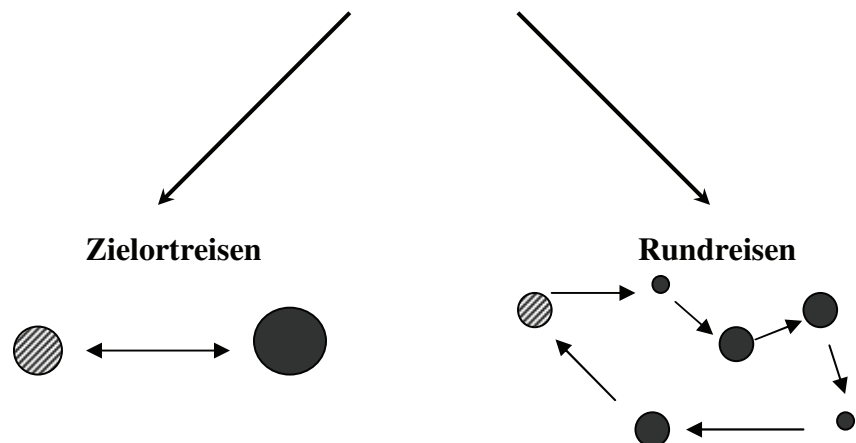
Neben den Fernreisen sind es vor allem die immer beliebteren Städtereisen, die dem Tourismus eine nahezu ganzjährige Saison bescheren. Ebenso werden ehemals saisonal beschränkte Reiseformen bis weit über das eigentliche Saisonende ausgedehnt; bspw. ist Skifahren durch den konsequenten Ausbau verschiedener Gletschergebiete bis weit in den Frühsommer möglich – und teils darüber hinaus.

<sup>6</sup> Zu beachten sind die unterschiedlichen Ferienzeiten in den einzelnen Bundesländern. Es gibt nicht überall Pfingstferien, und diese sind nicht generell Hauptsaison.

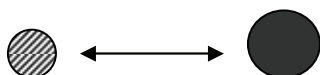
## 6.4 Reisearten – WOHIN?

Ein grundlegendes Unterscheidungsmerkmal von Reisen ist die Frage, ob der Reisende seinen Urlaub mehr oder minder **ortsfest** an einem bestimmten Ziel verbringt, oder ob er mit häufigem **Ortswechsel** durch das Urlaubsland (bzw. mehrere Länder) reist. Also wohin geht die Reise?

Daher unterscheiden wir in



### 1 Zielortreise



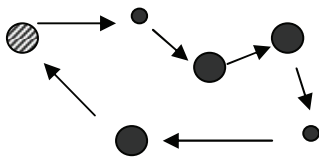
Der Aufenthalt an einem Zielort ist die **klassische Reiseart für den Erholungsurlaub**, der vorwiegend am Meer, im Gebirge oder an einem Binnensee stattfindet. Ob die Erholungsreise als Passiv- oder Aktivurlaub absolviert wird, hängt von der persönlichen Einstellung des Reisenden ab.

Es ist bekannt, dass viele Menschen sich mit Aktivität im Urlaub besser erholen können als nur mit Sonne, Strand und Service. Aktivurlaub am Zielort wird hauptsächlich als Sport- und Hobbyurlaub angeboten. Vom Tauch- bis zum Tenniskurs, vom Mal- bis zum Kochkurs sind dem Lern- und Betätigungsbedürfnis keine Grenzen gesetzt. Auch Bildungsurlaub ist bei vielen Zielortreisen möglich, z.B. um Sprachen zu lernen.

Bei Fernreisen zu Zielorten auf anderen Kontinenten oder zu exotischen Inseln kommt es meist zu einer Mischform aus Erholungs- und sportlichem Aktivurlaub, oft auch mit einem Schuss Abenteuerferien.

Ganz auf das Ziel der Erholung oder Heilung ausgerichtet ist der **Kururlaub**, der angesichts des festen Aufenthalts am Kurort ebenfalls zu den **Zielortreisen** zählt.

## 2 Rundreisen



Rundreisen zeigen viel von Land und Leuten, von Kunst und Kultur, weil sie auf **ausgewählten Routen** von Sehenswürdigkeit zu Sehenswürdigkeit führen, **begleitet von kundigen Reiseleitern**. Rundreisende sind viel auf Achse, oft zu Fuß auf Besichtigungstour und geübt im Ein- und Auspacken. Der Erholungscharakter steht hierbei nicht im Vordergrund. Damit die Rundreise dennoch möglichst stressfrei stattfinden kann, bedarf es einer detaillierten Planung im Vorfeld und einer sorgfältigen Durchführung der Reise.

Für Rundreisen ist der Bus das ideale Transportmittel, weil er unabhängig ist von Routen und Fahrplänen. Gerade kleine Gruppen sind so sehr flexibel, da sie sich ihre Zeit frei einteilen können, anhalten, wo es ihnen gefällt, und jederzeit in der Lage sind, innerhalb der Gesamtreiseplanung die Fahrtroute aktuellen Verhältnissen oder individuellen Wünschen anzupassen.

Bei Rundreisen über große Distanzen bzw. in mehreren, weiter auseinander liegenden Reisegebieten, können Flugzeug und Bus als Transportmittel kombiniert werden. Eine besondere Form der Rundreise ist die Autorundreise: Reisende nutzen den eigenen Wagen oder einen Mietwagen, und fahren die Strecken individuell, wobei Route und Tagesetappen vorgegeben sind und die Unterkunft im Vorfeld gebucht wurde.

### **3 Rundreisetypen**

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, eine Rundreise zu gestalten. Einige Grundtypen, die auch in Mischformen erscheinen können, stellen wir Ihnen vor:

#### **Die Bildungsreise**

Ziel der Bildungsreise ist es, vom bereisten Gebiet ein möglichst umfassendes Gesamtbild zu vermitteln - sowohl Kunstdenkmäler oder eine spezielle Kultur, als auch Landschaft und Leute, heutiges Leben, Musik, Theater, Literatur und kulinarische Köstlichkeiten.

#### **Die Kulturreise**

Im Gegensatz zur Bildungsreise konzentriert sich die Kulturreise mehr auf die Thematik eines bestimmten Kulturkreises, z. B. die der Etrusker in der Toskana.

#### **Die Kunstreise**

Auch die Kunstreise orientiert sich gezielt an einem bestimmten Thema der Bau- oder Bildenden Kunst, wie z. B. die Schlösser an der Loire oder das Rokoko in Bayern.

#### **Die Landschaftsreise**

Naturwunder, unberührte oder besonders schöne Landschaften stehen im Vordergrund der Landschaftsrundreise. Klassische Ziele sind z.B. die Schweizer Alpen, die Seen des Salzkammergutes oder die Canyons des amerikanischen Westens.

#### **Die Abenteuerreise**

Abenteuerreisen, in abgeschwächter Form auch Erlebnisreisen genannt, verbinden Elemente der Landschaftsreise - unberührte, eindrucksvolle Natur in entlegenen, schwer zugänglichen Regionen - mit Elementen der Studienreisen (siehe unten) - intensive Begegnung mit fremden Kulturen. Je nach Zielgebiet und Schwierigkeitsgrad kommt auch noch die aktive Herausforderung einer Sportreise dazu.

### Off alles in einem: Die Studienreise

Auf einer Studienreise können sich alle **bisher besprochenen Rundreisearten** wiederfinden, z.B. bei einer Studienreise durch die Indonesische Inselwelt: Hier vermittelt die **Bildungsreise** eine Begegnung mit Geschichte und fremder Kultur. Die **Kulturreise** führt z.B. zum einzigartigen Totenkult des Toraja-Hochlands auf Sulawesi. Die **Kunstreise** präsentiert Borobodur, die größte Tempelanlage der Welt. Die **Landschaftsreise** zeigt Javas schönste Vulkane. Und die **Abenteuerreise** lockt in den Regenwald Borneos.

Die meisten Studienreisen sind nicht so allumfassend, führen bspw. „nur“ durch das klassische Griechenland oder zu den antiken Stätten Kleinasiens. Was jedoch alle Studienreisen eint: Sie vermitteln unter fachkundiger Führung eine intensive Begegnung mit der bereisten Region, wecken Verständnis für fremde Völker und Kulturen oder vergangene Reiche.

In der Regel finden Studienreisen statt zu einem bestimmten Thema, auf das Reiseverlauf und Besichtigungsprogramm voll abgestimmt sind. Bei guten Studienreisen zählt nicht die Anzahl der besuchten Sehenswürdigkeiten, sondern die sorgfältige Auswahl der wirklich interessanten Stätten und wichtigen Veranstaltungen, die zu einem in die Tiefe gehenden Verständnis und Wissen führen, statt einen breiten Überblick zu liefern.

In der heutigen Zeit, angesichts von Massentourismus mit den teils negativen Auswirkungen, ruft das Thema „Reisen“ auch Skepsis hervor. Daher wird die Studienreise mit wachsendem Interesse als positive Alternative gesehen.

Studienreisende verfügen normalerweise über ein hohes Bildungsniveau und vielfach über ein gehobenes Einkommen. Dementsprechend sind auch die Ansprüche der Reisetilnehmer: Vom Studienreiseleiter wird umfassendes Fachwissen und eine professionelle Organisation erwartet, bei Unterkunft und Verpfle-




gung zumindest gehobener Standard. Dass gerade bei Fernreisen im Bereich Kost und Logis häufig Abstriche in Kauf genommen werden müssen, sollte bereits in der Ausschreibung ganz deutlich hervorgehoben werden, um Enttäuschungen, Ärger und Reklamationen zu vermeiden.

### **Autorundreisen**

Autorundreisen sind eine ideale Reiseform für Leute, die ein **fremdes Land auf eigene Faust entdecken** möchten, aber sich bei der Reiseroutenplanung und Hotelreservierung auf professionelle Hilfe verlassen wollen. Gefahren wird mit dem eigenen Auto oder kombiniert mit Flugzeug und Mietwagen. Die Reiseroute ist von den Experten des Reiseveranstalters unter Berücksichtigung besonders schöner Strecken und attraktiver Sehenswürdigkeiten vorgeplant und in bequem zu fahrende Tagesstrecken eingeteilt. Hotels und erforderliche Fährverbindungen sind vorgebucht.

### **Beispiel Angebot Autorundreise**



**Florida Relaxing Mietwagen Rundreise**

15 Tage / 14 Nächte  
ab/bis Orlando oder  
ab/bis Miami p. P./DZ  
bei Belegung mit 2 Personen  
bspw. 779 €

Rundreise:

- Entspannung im sonnigen Florida,
- Highlights der rauen und frischen Atlantikküste
- das verträumte Key West
- tolle Sandstrände der Golfküste

Abbildung 15: Auszug aus Angebot Autorundreise USA;  
Quelle: [www.usareisen.de](http://www.usareisen.de), 2015

Noch unabhängiger sind Autorundreisen mit einem Campmobil. Hier wird vom Reiseveranstalter nur das Fahrzeug organisiert und eine Streckenempfehlung gegeben. Tagesetappen und Aufenthalte können sich die Reisenden selbst einteilen.

## 7 CHANCEN + AUFGABEN IN DER TOURISTIK I

Wie eingangs erwähnt, verfügt die Touristik über ein außerordentlich breites **Betätigungsfeld**. Darunter fallen bspw. die Mitarbeiter einer Fluggesellschaft, die Besatzung eines Kreuzfahrtschiffs oder die Angestellten in Hotels und Gastronomie. Aber auch die Touristikindustrie im engeren Sinne bietet Interessenten - bei fachlicher und persönlicher Eignung – beruflich gute **Erfolgsaussichten und Zukunftschancen**.

Neben den vielfältigen Aufgaben in einem Reisebüro, bei einem Reiseveranstalter oder als Mitarbeiter in örtlichen und regionalen Fremdenverkehrsorganisationen und Kurverwaltungen, gibt es in der Touristikbranche weitere spannende Tätigkeiten, die unmittelbar verbunden sind mit Reise- und Urlaubsgestaltung, unterwegs und im Zielgebiet. Dazu gehören z. B. Animateure und Sportlehrer in Club- und Feriendörfern, Schiffs- und Kurhostessen und vor allem Reiseleiter.

Um in diesen Berufen erfolgreich zu bestehen, in dem stets das Wohl des Gastes im Vordergrund steht, sind bestimmte **Persönlichkeitsmerkmale** erforderlich. So kommt es – neben dem fachlichen Wissen und den notwendigen Sprachkenntnissen – an auf ein aufgeschlossenes Wesen, Kontaktfähigkeit und psychologisches Einfühlungsvermögen.

Am Beruf des **Reiseleiters** wollen wir exemplarisch klären, welche Aufgaben und Anforderungen in Jobs auftreten, in denen direkt mit Gästen gearbeitet wird.

## 7.1 Reiseleiter, Partner der Gäste



### **Sabine Schöner**

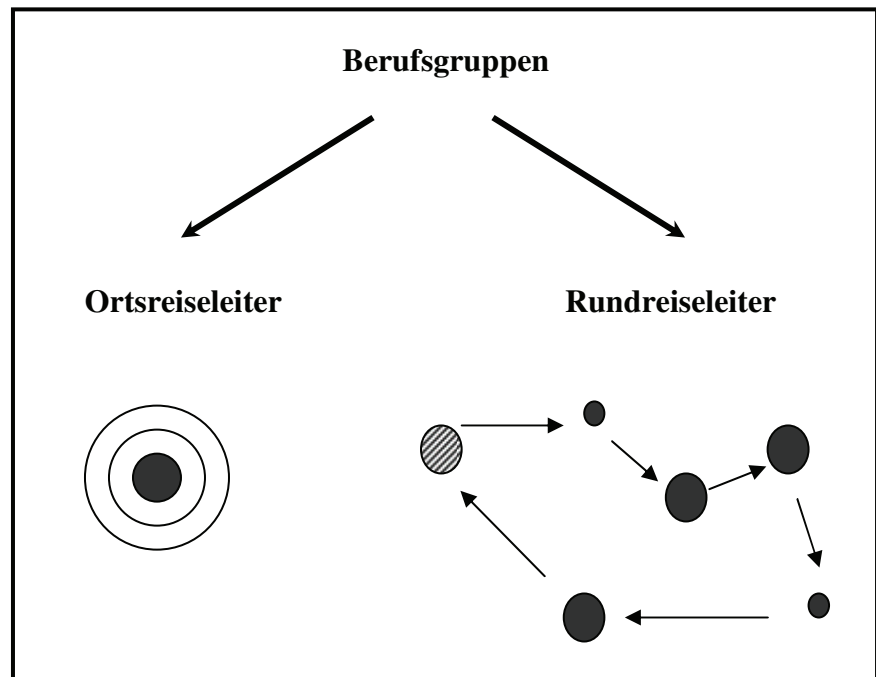
lebt in Süddeutschland. Nach ihrer fünfjährigen Ausbildung speziell im Bereich Tourismus machte sie sich 1995 als Reiseleiterin selbstständig. Sie führt seit 1997 viele Reisen sowohl in Süddeutschland als auch in Norditalien mit Ausflügen nach Verona und Venedig durch. Neben der tiefen Sachkenntnis schätzen die Reisegäste ihr frisches und stets freundliches Wesen, mit dem sie es versteht, eine herzliche Beziehung zu den Reisegästen aufzubauen.

Abbildung 16: Muster Beschreibung Reiseleiterin aus Reisekatalog

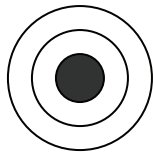
Der Reiseleiter ist die Seele jeder gelungenen Reise oder Rundreise und der Dreh- und Angelpunkt für einen angenehmen Urlaubsaufenthalt. Mehr noch als bei allen anderen Berufen der Touristik kommt es beim Reiseleiter neben der fachlichen Kompetenz vor allem auf die persönlichen Qualitäten an. Er muss Fähigkeiten mitbringen, um im Umgang mit Menschen erfolgreich zu sein:

- Kontaktfreude
- Anpassungsvermögen
- Organisations- und Improvisationstalent
- schnelle Auffassungsgabe
- selbstständiges Handeln
- Entschlusskraft und Entscheidungsfreude
- Geduld
- ständige Einsatzbereitschaft

Die Aufgabengebiete für Reiseleiter lassen sich in zwei Gruppen unterteilen:



*Reiseleiter arbeiten dafür, ihren Gästen einen sorglosen und abwechslungsreichen Urlaub zu ermöglichen, an dessen Ende die Gäste zufrieden nach Hause fahren.*



## 7.2 Der Ortsreiseleiter

Viele Touristikunternehmen setzen für die Sommer- oder Wintersaison in wichtigen Urlaubsorten Reiseleiter zur Gästebetreuung ein.

Die Tätigkeiten des Ortsreiseleiters gliedern sich in die Bereiche:



*Text 1: Drei Bereiche der Reiseleitertätigkeit*

Der Ortsreiseleiter ist Betreuer und Ansprechpartner für die Gäste sowie Repräsentant des Veranstalters am Zielort. Darüber hinaus gehören zu den Aufgaben des Reiseleiters:

- das **Durchführen** von Ausflugsfahrten und anderen Aktivitäten;
- die **Zusammenarbeit** mit Leistungsträgern (Hotel, Taxi-, Busunternehmen etc.) sowie örtlichen Behörden;
- das **Einhalten** der Vertragsleistungen;
- das **Kontrollieren und Bezahlen** der Leistungen.

Im Mittelpunkt aller Aktivitäten eines Reiseleiters steht der Dienst am Kunden. Der Reiseleiter kümmert sich darum, dass die materiellen Ansprüche der Gäste erfüllt werden. Zudem muss er die

individuellen Erwartungen der Urlauber im Auge behalten, sei es bei der Gestaltung eines Ausfluges oder bei rascher Hilfe in einer Notsituation. In jedem Fall sollen die Gäste ihren Urlaub sorglos verbringen und sich wohl fühlen.

## 1 Ankunft der Gäste



Die Betreuung der Gäste beginnt mit dem Transfer nach der Ankunft. Der erste Eindruck, den der Gast gewinnt, wenn er im Zielgebiet eintrifft, ist vielfach entscheidend für seine Einstellung zum ganzen Urlaub. Der organisierte Transfer und die informative Begrüßung sind also besonders wichtig. Während des Transfers vom Flughafen ins Hotel weist der Reiseleiter die Gäste auf das stattfindende Begrüßungs- und Informationsgespräch und die entsprechenden Hotelaushänge hin.

Der Reiseleiter betreut seine Gäste direkt am Flughafen im Zielgebiet. Er hilft bei Fragen oder Problemen im Hotel, organisiert Ausflüge, vermittelt Mietwagen.

## 2 Das Begrüßungs- und Informationsgespräch

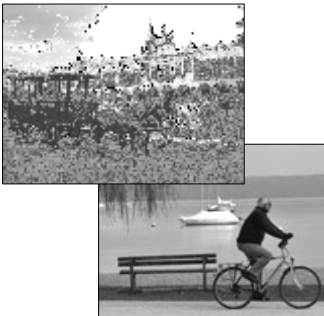
Häufig findet das Begrüßungs- und Informationsgespräch einen Tag nach der Anreise statt und dient dazu, den Kontakt zwischen Reiseleiter und Gästen sowie zwischen den Gästen herzustellen, um eine gute Ausgangsposition für einen gelungenen Urlaub zu schaffen. Oft wird ein Cocktail bei diesem Treffen ausgeschenkt. Beim Begrüßungsgespräch macht der Reiseleiter Service und Einrichtungen des Hotels bekannt, informiert über den Urlaubsort, Land und Leute, Veranstaltungs- und Ausflugsprogramm, Geldwechselföglichkeiten, öffentliche Verkehrsmittel, Mietwagenanbieter usw.

Zu festgelegten Zeiten berät und betreut der Reiseleiter die Gäste im Hotel. Diese Informationsstunden sollten regelmäßig abgehalten werden, am besten täglich, wenn es die Anzahl der betreuten Hotels

und die übrigen Arbeiten erlauben. **Informationsstunden** sollten zu Zeiten stattfinden, in denen sich die meisten Gäste im Hotel aufhalten, z. B. vor und nach den Mahlzeiten. Veröffentlicht werden Sprechstunden per Aushang im Hotel und in der Hotelmappe und müssen unbedingt eingehalten werden.

### 3 Die Urlaubsgestaltung

Der Ortsreiseleiter ist Ansprechpartner für seine Gäste. In größeren Feriengebieten gibt es bei manchen Reiseveranstaltern sogenannte Infocenter. Hier können sich die Gäste auch telefonisch außerhalb der Öffnungszeiten an die Reiseleiter wenden. Meist ist ein 24-Stunden-Service-Telefon eingerichtet.



Ein Reiseleiter, der seine Betreuungsaufgaben ernst nimmt, bietet sowohl das Ausflugsprogramm des Veranstalters an, als auch zusätzliche Aktivitäten. Denn meist erwarten die Gäste, dass er für sie gemeinschaftliche Unternehmungen unterschiedlichster Art organisiert und selbst daran teilnimmt.

Gefragt sind Spaziergänge, gemeinsame Wanderungen, Stadtbummel, Lokalbesuche, Spiel und Sport im Freien. Die Gäste werden dabei nicht nur wunschgemäß beschäftigt, sondern haben auch die Gelegenheit, miteinander ins Gespräch zu kommen und sich so untereinander besser kennenzulernen.

Mit einer professionellen Urlaubsgestaltung sorgt der Reiseleiter dafür, dass aus der gebuchten Urlaubsreise ein persönliches Ferienerlebnis für die Gäste wird, an das sie sich gerne erinnern. Und ein positives Urlaubserlebnis ist das beste Motiv, bei der nächsten Reise wieder bei dem Veranstalter zu buchen, mit dem man zufrieden war.

Bei allen persönlichen Betreuungsmaßnahmen sollte der Reiseleiter es grundsätzlich vermeiden, mit einzelnen Reisegästen allein auszugehen oder einzelne Gäste offensichtlich zu bevorzugen.

## 4 Abreise



War der erste Eindruck bei Ankunft entscheidend für die ganze Einstellung zum Urlaubsaufenthalt, so sind die letzten Eindrücke bei Abreise mitentscheidend für die Bilanz, die Gäste nach ihrem Urlaub ziehen. Daher muss den Gästen unbedingt bei der Abreise die gleiche Aufmerksamkeit wie bei der Ankunft geschenkt werden.

Der Reiseleiter kümmert sich vor allem darum, dass die Gäste abfahrbereit sind - vollzählig und mit komplettem Gepäck.

Auch bei knappen Transferzeiten darf für die Gäste keine Hetze und kein Durcheinander entstehen. Für eine persönliche Verabschiedung muss genügend Zeit eingeplant werden.

## 5 Wichtige Hilfsmittel der Reiseleiter

### Das mobile Büro



Wichtigstes Utensil des Reiseleiters ist sein mobiles Büro. Dies kann – je nach Land und technischen Möglichkeiten - eine traditionelle Arbeitsmappe, Laptop oder Tablet sein. Damit hat der Reiseleiter stets seine kompletten Unterlagen zur Hand und kann immer Auskunft geben. Folgende Informationen müssen online oder in Papierform jederzeit verfügbar sein:

- **Liste** mit Gästenamen, Hotelbelegung und Rückflugdaten,
- **Arbeitsplan** mit Gästeinformationen, Bürodienstzeit und Transferzeiten,
- **Telefonverzeichnis** mit allen örtlichen Kontakten,
- **Ortsinformation** mit wichtigen Adressen, Sehenswürdigkeiten, Öffnungszeiten,
- **Gebührenübersicht** für Porto- und Telefongebühren,
- **Verkehrsverbindungen** mit Flug-, Bahn-, Busplänen,
- **Ausflugsmaterial** mit Programmen, Preisen, Buchungslisten.



Für die Gästeinformation im Hotel gibt es traditionell eine Hoteltafel, die in Übereinkunft mit dem Hotelier angebracht ist. Es liegt am Reiseleiter, der Tafel seines Unternehmens einen gut sichtbaren Platz zu sichern. Mobile Geräte wie Laptop, Smartphone und Tablet sowie Apps des Reiseveranstalters unterstützen die Arbeit des Reiseleiters.

### **Hoteltafel / App**

Eine Hoteltafel oder App sollte informieren über:

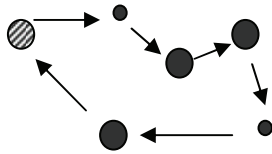


- **Sprechzeiten** des Reiseleiters,
- alles, was die **Rückreise** betrifft,
- **persönliche Reisedaten** mit Hotel- und Flughafeninformationen,
- **Gegebenheiten am Urlaubsort** (Öffnungszeiten, Post-/Bankservice),
- **Ausflugsprogramme**,
- **gesonderte Ausflüge**, Veranstaltungen, nahe gelegene Attraktionen und aktuelle Hinweise.

### **Die Hotelmappe**

Zusätzlich sollte für die Gäste eine Hotelmappe ausliegen. Diese enthält einerseits die gleichen Informationen wie die Hoteltafel, darüber hinaus jedoch ausführlicheres Material über Reiseland, Zielort und Verlauf der angebotenen Ausflüge.

## 7.3 Der Rundreiseleiter



Rundreiseleiter begleiten und betreuen die Reisegruppe während der gesamten Rundreise, sind kompetente Ansprechpartner auf der Fahrt, bei Ausflügen und am Tagesziel. Rundreiseleiter informieren die Gäste über Land und Leute, geben Hintergrundinformationen und führen Besichtigungen durch. In vielen Ländern ist es Vorschrift, bei Stadtführungen und örtlichen Besichtigungen einen einheimischen Führer zu beschäftigen. Oft fällt dem Rundreiseleiter dann die Rolle des Übersetzers zu.

### 1 Besondere Voraussetzungen für Rundreiseleiter

Ein Rundreiseleiter braucht, neben den eingangs erwähnten Qualifikationen, weitere Fähigkeiten, z.B.:

- sehr gute **Sprachkenntnisse**
- tiefgehende **Landeskenntnisse**
- **geographisches und historisches Wissen**
- **politisches und wirtschaftliches Wissen**
- **psychologisches Einfühlungsvermögen**, Kenntnisse der Gruppendynamik
- das richtige Gespür, **Menschen zu führen**

### 2 Die Reisevorbereitung

Vor einer gelungenen Reise und dem damit verbundenen persönlichen Erfolg des Reiseleiters, steht eine sorgfältige Vorbereitung. Im Normalfall erhält der Reiseleiter vom Veranstalter exakte Richtlinien und Anweisungen für die jeweilige Tour.

Vor Beginn der Reise arbeitet der Reiseleiter den Reiseplan mit Streckenführung und Tagesprogrammen intensiv durch und vergleicht dabei, ob das ihm vorliegende Programm mit der Beschreibung, die die Teilnehmer erhalten haben, übereinstimmt. So kann er bei eventuellen Änderungen die Gäste rechtzeitig informieren und von vornherein Ärger vermeiden.

### 3 Vollständige Reiseunterlagen



Im nächsten Schritt studiert der Reiseleiter alle vom Veranstalter erhaltenen Unterlagen und prüft diese auf Vollständigkeit. Zu den Reiseunterlagen zählen:

- detailliertes **Reiseprogramm**;
- **Teilnehmerliste** und Buchungsdetails;
- **Unterkunftsverzeichnis** der Reise;
- **Dienstanweisung** für Reiseleiter und Fahrer;
- diverse **Zahlungsmittel**: Bargeld, Devisen, Gutscheine (Vouchers) zur Begleichung von Hotel- und Restaurantrechnungen sowie zum Bezahlung weiterer Dienstleistungen;
- **Abrechnungformulare** für die Buchhaltung während der Reise.

Zu den Reiseunterlagen gehören Informationen zum Zielgebiet, die beim Veranstalter im Intranet oder als Ausdruck für den Reiseleiter für die betreffende Rundreise zur Verfügung stehen. Diese Informationen basieren auf den Erfahrungen verschiedener Reiseleiter, werden von diesen laufend aktualisiert und vom jeweiligen Reiseleiter vor Beginn einer Reise genauestens studiert. Ebenfalls hilfreich und im Vorfeld zu erledigen, ist, die geplante Streckenführung anhand einer aktuellen Karte zu überprüfen, um für eventuelle Änderungen gewappnet zu sein.

### 4 Vor Beginn der Reise



Zum erfolgreichen Verlauf einer Rundreise trägt ganz entscheidend bei, ob es dem Reiseleiter gelingt, aus seiner meist zufällig zusammengesetzten Gästegruppe eine echte Gemeinschaft zu formen. Hier ist Integrationsgeschick gefragt. Dazu gehört bspw., dass sich der Reiseleiter möglichst schnell Gesichter und Namen der Teilnehmer einprägt, um sie persönlich ansprechen zu können.

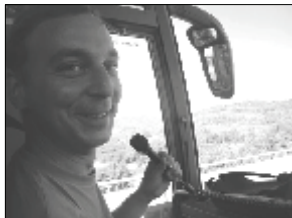
Mit einer überzeugenden ersten Ansprache an die Reisegruppe, sammelt der Reiseleiter in der schwierigen Kennenlernphase Sympathiepunkte und sorgt für eine lockere Atmosphäre.

## 5 Begrüßungsansprache

In die Begrüßungsansprache gehören verschiedene Informationen:

- zum Programm und dem technischen Ablauf der Reise;
- zu allgemeinen Verhaltensregeln während der Reise;
- bei Auslandsreisen: zu Pass-/Devisenbestimmungen und Umrechnungskursen;
- Hinweise zum Handgepäck: hierin kommen Reisedokumente, Fotoapparate und Filmkameras – nicht in den Koffer;
- das **Angebot** an die Reisetilnehmer, sich mit Wünschen und Problemen jederzeit an den Reiseleiter wenden zu können.

## 6 Unterwegs



Während der Fahrt informiert der Reiseleiter über die Sehenswürdigkeiten, die Landschaft, über Land und Leute, Geschichte, Sitten und Gebräuche. Entscheidend für den Erfolg seiner Ausführungen ist eine lebendige, überzeugende Darstellung.

Gerade auf längeren Fahrstrecken gibt es genug Gelegenheit, ausführlicher und in die Tiefe gehend über das bereiste Gebiet zu berichten. Ein gut vorbereiteter Reiseleiter hat dafür ein Konzept zur Hand, das ihm hilft, nichts Wichtiges zu vergessen und unnötige Wiederholungen zu vermeiden.

Neben Wissenswertem sind es vor allem auch praktische Hinweise, welche die Gäste unterwegs erwarten, so z. B. die Aufklärung über landesübliche Trinkgelder, bestehende Fotografierverbote oder über die im fremden Land üblichen Bekleidungsregeln, deren Einhaltung Gästen wie Reiseleiter peinliche Situationen erspart.

Wenn sich die Reisegesellschaft dem Tagesziel nähert, informiert der Reiseleiter seine Gäste über

- das **Einchecken** im Hotel,
- das **Abendprogramm**,
- die **Planung** für den nächsten Tag.

## 7 Ankunft im Hotel



Bei der Ankunft im Hotel ist Organisationstalent gefragt. Die Zimmer müssen richtig an die Gäste verteilt, die Gepäckstücke ausgeladen, die Küche über eventuelle kurzfristige Sonderwünsche für das Abendessen informiert werden. Wenn möglich, treffen sich die Reisetilnehmer nach dem Essen, damit der Reiseleiter allen das Programm des nächsten Tages vorstellen kann. Ebenso teilt er der Gruppe mit, wie sich die Abfahrt gestaltet, gibt Tipps, was die Gäste am Abend noch unternehmen können oder geht gemeinsam mit ihnen aus.

## 7.4 Reiseleiter und Reklamationen



### 1 Allgemeine Regeln

Auch im Urlaub ist es wie im richtigen Leben: **Pannen kommen immer wieder einmal vor.** Und schlecht gelaunte Menschen fühlen sich auch im schönsten Ferienparadies nicht wohl. Selbst wenn ein Fehler beim Reiseunternehmen oder bei seinen Vertragspartnern liegt - der Reiseleiter, ob auf der Rundreise oder am Zielort, ist automatisch das direkte Ziel jeglicher Unmutsäußerungen.

Dabei hat es sich bewährt, folgende Regeln einzuhalten:

#### § **REGEL 1            Gelassen und korrekt reagieren!**

Bei der Behandlung von Reklamationen zeigen sich die wahren Stärken des guten Reiseleiters: Er steht ihnen gelassen, sachlich, verbindlich und als korrekter Repräsentant seines Unternehmens gegenüber - und folgt dabei folgenden wichtigen Grundsätzen:

#### § **REGEL 2            Schnell nachgehen!**

Jede Reklamation muss schnell und ohne Aufsehen untersucht werden. Zeigen sich dabei Missverständnisse oder Pannen, die von der Organisation des Reiseunternehmens zu verantworten sind, ist eine unkomplizierte, kulante Regelung angebracht.

#### § **REGEL 3            Objektiv betrachten!**

Jede Reklamation muss objektiv betrachtet werden. Unsachliche Äußerungen und Rechthaberei gegenüber dem Gast sind immer fehl am Platz.

**§ REGEL 4 Probleme vor Ort lösen!**

Alle Beschwerden sollten möglichst vor Ort behoben werden. Denn wenn der Gast abgereist ist und sich direkt an das Unternehmen wendet, ist die Verärgerung meist noch größer.

**§ REGEL 5 Nicht auf Abwesende schieben!**

Es ist kein schöner Zug und wird vom Gast auch nicht akzeptiert, wenn der Reiseleiter die Schuld für eine Panne auf Abwesende schiebt, z. B. auf die Buchungsstelle oder die Zentrale des Reiseveranstalters. Besser, der Reiseleiter entschuldigt sich und gibt den Fehler zu, ohne auf fremdes Versagen hinzuweisen.

## 2 Gastbedingte Reklamationen

Nicht alle Beschwerden haben unbedingt mit einer Panne beim Reiseveranstalter, seinem Vertragspartner oder beim Reiseleiter zu tun. Es gibt auch Reklamationen, die sich aus der **Persönlichkeit des Gastes** ergeben. Folgende Typen werden unterschieden:

Typ	Beschreibung
<b>Der Ankunftsbeschwerdeführer</b>	Der Ankunftsbeschwerdeführer ist meist <b>ermüdet</b> von der langen Anreise und seine <b>schlechte Laune</b> lässt ihn alles negativ sehen. Ihn sollte der Reiseleiter nachsichtig behandeln und freundlich zu einer Unterredung am nächsten Tag bitten. Denn ist der Gast erst einmal ausgeschlafen, wird er vieles mit anderen Augen sehen.
<b>Der Schlechtwetter-Nörgler</b>	Der Schlechtwetter-Nörgler ist übelgelaunt, weil ihm anhaltend <b>schlechtes Wetter</b> die <b>Stimmung verdorben</b> hat. Der kluge Reiseleiter baut vor und kümmert sich in Schlechtwetterperioden besonders intensiv um Beschäftigung für seine Gäste, damit schlechte Laune gar nicht erst aufkommt.
<b>Der Enttäuschte</b>	Der Enttäuschte hat sich in den Medien eine <b>übertriebene Idealvorstellung von Urlaubszielen</b> angeeignet, die die Realität nun einmal nicht bieten kann. Mit einem verständnisvollen Gespräch kann der Reiseleiter ihn behutsam auf den Boden der Tatsachen zurückholen und ihm die positiven Aspekte seines Urlaubsziels deutlich machen.
<b>Der notorische Meckerer</b>	Der notorische Meckerer hat ein <b>Persönlichkeitsproblem</b> und kann damit eine ganze Reisegruppe anstecken. Ihm kann der Reiseleiter nur mit Sachlichkeit und Höflichkeit begegnen und im Extremfall sogar die Bitte aussprechen, er möge gegen Erstattung der nicht beanspruchten Leistungen doch die Rückreise antreten.
<b>Der Berufsreklamant</b>	Der Berufsreklamant kann meist auf einschlägige <b>Erfahrungen</b> zurückblicken: Ihm wurden aus Kulanz oder Rechtsanspruch bereits einmal Beträge erstattet. Nun versucht er auch auf weiteren Reisen, durch gezielte <b>Reklamationen sein Urlaubsbudget zu entlasten</b> . Hier ist exakte Sachlichkeit ganz besonders angebracht, um mögliche unberechtigte Regressansprüche zurückweisen zu können.

Tabelle 11: Typen der Gastbedingten Reklamationen

*Auch hier gilt:*

***Sachlich bleiben!***

***Positiv denken!***

***Nachsicht üben!***



## 8 ZUSAMMENFASSUNG + AUSBLICK

---

Der Einstieg in den Fernkurs zur Touristik Fachkraft ist geschafft! Zunächst befassten Sie sich mit touristischen Grundbegriffen und konnten feststellen, dass es den Tourismus schon lange gibt – wenn auch in etwas anderer Form, als wir ihn heute kennen.

Vor allem Bahn, Auto und Flugzeug brachten den Tourismus beständig weiter, hinzukommen noch Fernbus und Schiff (Kreuzfahrt) (dazu mehr in den Lernpaketen 6 und 7). Sie sehen, der Tourismus befindet sich auch weiterhin im Wandel. Was allerdings zu jeder Zeit galt bzw. gilt: **Tourismus ist Dienstleistung!** Dabei drehen zahlreiche Leistungsanbieter (Vermittlungsbetriebe, Verkehrsträger, Beherbergungsindustrie etc.) am selben Rad, um die verschiedenen Dienstleistungen im Einzelnen oder als Leistungspaket anbieten zu können.

Zahlreiche Deutsche haben das Bedürfnis, in den Urlaub zu fahren, so dass Reisen für viele mittlerweile zum Standard gehört. Jeder Reise liegen **individuelle Reisemotive** zugrunde, und ein Urlauber kann in der Regel einem bestimmten Urlaubertyp zugeordnet werden. Zudem können Reisezweck und Reiseverhalten ganz unterschiedliche Formen annehmen: warum, wie und wohin wird verreist?

Die Berufsmöglichkeiten, die der Tourismus bietet, sind enorm vielfältig. So gehört bspw. der spannende, mit Herausforderungen gespickte Job des Reiseleiters zu den beliebten Berufsbildern.

### AUSBLICK

Die nächste Lektion führt Sie tiefer hinein in das Thema Tourismus:

Sie beschäftigen sich u.a. mit dem Vermarkten von touristischen Angeboten sowie der Beherbergungsindustrie.

Freuen Sie sich drauf!

## 9 QUELLEN + LITERATURHINWEISE

---

### Bücher

D. I. Motte; **All inclusive - Fachwissen Tourismus Band 1: Wirtschaften und kundenorientiert beraten**; Europa-Lehrmittel; 2015

Walter Freyer; **Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie**; Oldenbourg; 2014

A. Schulz, W. Berg, M.A. Gardini, T. Kirstges; **Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen**; Oldenbourg; 2013

J.W. Mundt; **Tourismus**; Oldenbourg Wissenschaftsverlag; 2012

Eckhard Block; **Professionelle Reiseleitung**; Block International Publishing; 2014

Marie-Louise Schmeer-Sturm; **Reiseleitung und Gästeführung: Professionelle Organisation und Führung**; Oldenbourg; 2011

Michael Weier; **Gäste professionell führen**; 2011; KSB Media

D. Bosshart, K. Frick; **Die Zukunft des Ferienreisens – Trendstudie**; Gottlieb Duttweiler Institut/Auftrag Kuoni; 2006

### Internet

F.U.R; Reiseanalyse RA 2015 [www.fur.de](http://www.fur.de)

DRV; Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt, [www.driv.de](http://www.driv.de)

Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft; [www.btw.de](http://www.btw.de)

Bundesministerium für Wirtschaft; [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

[www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de)

[www.destatis.de](http://www.destatis.de)

[www.usareisen.de](http://www.usareisen.de)

[www.fvw.de](http://www.fvw.de)

[www.ikarus-reisen.de](http://www.ikarus-reisen.de)

[www.launer-reisen.de](http://www.launer-reisen.de)

### Fotos

Die abgebildeten Fotos stammen, sofern nicht anders angegeben, aus dem Fotoarchiv des Travel College für Touristik.

Ausgewiesene Marken gehören ihren jeweiligen Eigentümern.