

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>5</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Einführung</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1 Problemstellung und Zielsetzung</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2 Methodik und Aufbau der Untersuchung</b> .....	<b>12</b>
<b>1.3 Thematische Eingrenzung der Arbeit</b> .....	<b>14</b>
<b>2 Begriff Tourismus</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1 Diskussion bestehender Definitionen des Begriffs Tourismus</b> .....	<b>17</b>
2.1.1 Auswahl von Definitionen in chronologischer Reihenfolge.....	17
2.1.2 Definitiverischer Rahmen .....	19
2.1.3 Definitionsobjekt, -subjekt und Zweck.....	19
2.1.4 Räumliche Dimension als Abgrenzungsmerkmal.....	19
2.1.5 Zeitliche Dimension als Abgrenzungsmerkmal .....	21
2.1.6 Inhaltliche Abgrenzungen.....	22
<b>2.2 Zusammenfassende Würdigung der Definitionen des Tourismus</b> .....	<b>22</b>
2.2.1 Aus dem Sprachgebrauch abgeleitete Würdigung.....	22
2.2.2 Aus der Betriebswirtschaftslehre abgeleitete Würdigung.....	24
2.2.3 Aus der Sozialwissenschaft abgeleitete Würdigung.....	25
<b>2.3 Zusammenfassung und Versuch der Neu-Definition des Begriffs Tourismus</b> .....	<b>27</b>
<b>3 Herleitung eines Marktmodells des Tourismus</b> .....	<b>29</b>
<b>3.1 Beschreibung konstitutiver Merkmale von Dienstleistungen</b> .....	<b>29</b>
3.1.1 Das Drei-Dimensionen-Modell .....	30
3.1.2 Prozesscharakter .....	31
3.1.3 Integration des externen Faktors .....	31
3.1.4 Persönliche Interaktion des externen Faktors .....	31
3.1.5 Simultanität zwischen Produktion und Absatz.....	32
3.1.6 Immaterialität des Ergebnisses .....	32
<b>3.2 Konstitutive Merkmale touristischer Dienstleistungen</b> .....	<b>33</b>
3.2.1 Integration mindestens eines relevanten externen Faktors.....	34
3.2.2 Ortsgebundenheit .....	34
3.2.3 Reiseerfordernis.....	36
3.2.4 Leistungsbündelung.....	36
3.2.5 Potenzialwirkung.....	37
3.2.6 Enger Bezug zur Öffentlichkeit, Gesellschaft bzw. Politik .....	38
3.2.7 Interdependenzen tertiärer Faktoren auf die Wahrnehmung der Kernleistung .....	39
3.2.8 Zusammenfassende Darstellung der konstitutiven Merkmale touristischer Dienstleistungen .....	43
<b>3.3 Einordnung eines Marktmodells des Tourismus</b> .....	<b>45</b>
<b>3.4 Beschreibung eines Marktmodells des Tourismus</b> .....	<b>47</b>
3.4.1 Der Konsument im Marktmodell des Tourismus .....	50
3.4.2 Rolle der Medien im Marktmodell des Tourismus .....	50
3.4.3 Leistungsdistribution im Marktmodell des Tourismus.....	51
3.4.3.1 Zwischenhandel im Marktmodell des Tourismus .....	51
3.4.3.2 Distributionswege und Reiseformen im Marktmodell des Tourismus.....	52
3.4.3.3 Sonderrolle der Tourismus-Informationsstelle im Marktmodell des Tourismus.....	53

3.4.5 Reiseziele im Marktmodell des Tourismus .....	55
3.4.6 Verkehrsinfrastruktur und Verkehrsträger im Marktmodell des Tourismus .....	56
3.4.7 Leistungspotenziale im Marktmodell des Tourismus .....	56
3.4.8 Reiseverhalten im Marktmodell des Tourismus .....	58
3.4.9 Reisearten im Marktmodell des Tourismus.....	58
3.4.10 Leistungsergebnisse im Marktmodell des Tourismus .....	59
<b>4 Definition des Begriffs Sporttourismus .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1 Eingrenzung des Begriffs Sport .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2 Berührungspunkte zwischen Sport und Tourismus .....</b>	<b>61</b>
4.2.1 Dienstleistungscharakter .....	63
4.2.2 Berührungspunkt Integration mindestens eines relevanten externen Faktors .....	65
4.2.3 Berührungspunkt Ortsgebundenheit.....	65
4.2.4 Berührungspunkt Reiseerfordernis .....	66
4.2.5 Berührungspunkt Leistungsbündelung .....	67
4.2.6 Berührungspunkt Potenzialwirkung .....	68
4.2.7 Berührungspunkt Öffentlichkeit.....	69
4.2.8 Berührungspunkt Interdependenzen externer Faktoren .....	70
4.2.9 Schnittmenge zwischen Sport und Tourismus.....	71
<b>4.3 Abgrenzungsmerkmale im Sporttourismus.....</b>	<b>72</b>
<b>4.4 Begriffsbestimmung Sporttourismus.....</b>	<b>74</b>
<b>4.5 Systematisierung von Reisen mit sportlichem Hintergrund .....</b>	<b>75</b>
<b>5 Herleitung eines Marktmodells des Segeltourismus .....</b>	<b>79</b>
<b>5.1 Eingrenzung des Begriffs Segeln .....</b>	<b>79</b>
5.1.1 Das physikalische Prinzip des Segelns .....	79
5.1.2 Segeln als Fortbewegung unter Nutzung der Windenergie in Zusammenhang mit Wasser .....	80
5.1.3 Zusammenfassung .....	82
<b>5.2 Dimensionen des Segelns.....</b>	<b>82</b>
5.2.1 Geschichtliche Entwicklung des Segelns.....	83
5.2.1.1 Segelschifffahrt.....	83
5.2.1.2 Entwicklung des Segel-/ Regattasports .....	84
5.2.1.3 Freizeitnutzung des Segelns und Segelreisen.....	87
5.2.2 Segeln als Sportart: aktives, teilnehmendes Segeln.....	89
5.2.2.1 Definition des Segelsports .....	89
5.2.2.1.1 Segeln als körperliche Tätigkeit .....	90
5.2.2.1.2 Segeln als geistige Tätigkeit.....	90
5.2.2.1.3 Segeln mit planmäßiger Körperschulung (Bewegungskunst) .....	91
5.2.2.1.4 Zusammenfassung.....	92
5.2.2.2 Konstitutive Merkmale des Segelsports.....	93
5.2.2.2.1 Segeln als Drei-Dimensionen-Modell .....	93
5.2.2.2.2 Ausschließliche Outdoorsportart als konstitutives Merkmal .....	96
5.2.2.2.3 Standortvoraussetzungen in der Natur als konstitutives Merkmal.....	97
5.2.2.3 Ausprägungen des Segelsports.....	98
5.2.2.3.1 Geografische Ausprägung des Segelsports in Deutschland .....	98
5.2.2.3.2 Temporäre Ausprägungen des Segelsports .....	98
5.2.2.3.3 Altersabhängige Ausprägungen des Segelsports .....	100
5.2.2.3.4 Segeln als Schulsport.....	101
5.2.2.3.5 Segeln als Behindertensport .....	102

5.2.2.3.6 Segeln als Individual- und Mannschaftssport .....	102
5.2.2.3.7 Segeln als Wettkampf- bzw. Leistungssport .....	103
5.2.2.3.8 Segeln als Modellsport .....	105
5.2.2.4 Segelsportevents und Segelevents.....	106
5.2.3 Segeln als Reiseform.....	109
5.2.3.1 Passiv teilnehmendes Segeln .....	109
5.2.3.2 Aktiv teilnehmendes Segeln.....	109
<b>5.3 Begriffsbestimmung Segeltourismus.....</b>	<b>111</b>
5.3.1 Verwendung des Begriffs in der Literatur.....	111
5.3.2 Theoretische Ableitung eines Segmentmodells des Segeltourismus.....	113
5.3.3 Ableitung bestimmter Merkmale des Segeltourismus .....	114
5.3.3.1 Konstitutive Merkmale.....	114
5.3.3.2 Weitere besondere Merkmale .....	116
5.3.4 Zusammenfassende Darstellung und Begriffsdefinition .....	117
<b>6 Marktmodell des Segeltourismus .....</b>	<b>120</b>
<b>6.1 Einordnung des Marktmodells des Segeltourismus .....</b>	<b>120</b>
6.1.1 Umweltraahmenbedingungen für den Segeltourismus .....	122
6.1.2 Rechtliche Rahmenbedingungen für den Segeltourismus .....	125
6.1.3 Politische Rahmenbedingungen für den Segeltourismus.....	127
6.1.4 Gesellschaft und Segeltourismus.....	131
6.1.5 Bootsmarkt beim Segeltourismus .....	131
6.1.6 Technologische Entwicklungen und Ausrüstung beim Segeltourismus .....	132
6.1.7 Bankenmarkt und Segeltourismus .....	135
6.1.8 Versicherungsmarkt und Segeltourismus .....	135
6.1.9 Automobilmarkt und Segeltourismus .....	136
6.1.10 Musikmarkt und Segeltourismus .....	137
6.1.11 Buchmarkt und Segeltourismus .....	138
<b>6.2 Beschreibung eines Marktmodells des Segeltourismus .....</b>	<b>139</b>
6.2.1 Konsumenten im Marktmodell des Segeltourismus .....	140
6.2.1.1 Merkmal Alter.....	143
6.2.1.2 Merkmal Einkommen .....	148
6.2.1.3 Weitere Merkmale .....	152
6.2.1.5 Zwischenergebnis .....	153
6.2.2 Reisen und Reiseverhalten im Marktmodell des Segeltourismus .....	154
6.2.3 Segelfahrzeuge als besondere Form des Leistungspotenzials im Marktmodell des Segeltourismus .....	157
6.2.3.1 Segelschiff .....	157
6.2.3.2 Windjammer.....	159
6.2.3.3 Segelyacht .....	162
6.2.3.4 Kreuzer .....	164
6.2.3.5 Racer .....	166
6.2.4 Verkehrsinfrastruktur und Verkehrsträger als besondere Erfordernisse bei den Reisezielen im Marktmodell des Segeltourismus.....	168
6.2.5 Rolle der Tourismus-Informationsstellen im Marktmodell des Segeltourismus ....	173
6.2.6 Charterunternehmen als besondere Dienstleistungsunternehmen im Marktmodell des Segeltourismus .....	177
6.2.7 Segelschulen als besondere Dienstleistungsunternehmen im Segeltourismus ...	183
6.2.8 Medien und Segeltourismus.....	186

6.2.9 Bezug des Segeltourismus zu anderen touristischen Leistungsträgern .....	191
<b>6.3 Segelevents als besondere Angebote im Segeltourismus.....</b>	<b>194</b>
6.3.1 Theoretische Einordnung von Segelevents .....	194
6.3.2 Reisen zu Segelevents .....	197
6.3.3 Fazit: kritische Anmerkungen zu Segelevents .....	199
<b>7 Vergleich ausgewählter Gruppen von Nachfragern im Segeltourismus - eine empirische Untersuchung der Strukturen anhand ausgewählter psychologischer Merkmale.....</b>	<b>207</b>
<b>7.1 Problemstellung und Zielsetzung.....</b>	<b>207</b>
<b>7.2 Untersuchungsaufbau .....</b>	<b>210</b>
7.2.1 Eingrenzung des Untersuchungsobjektes und Ziele der Forschung.....	210
7.2.2 Ableitung eines Fragebogens .....	212
7.2.2.1 Ermittlung von Einstellungen im Segeltourismus.....	213
7.2.2.1.1 Begriffsdefinitionen von Einstellungen und Images.....	213
7.2.2.1.2 Messung von Einstellungen und Images.....	214
7.2.2.1.3 Ermittlung der relevanten Einstellungsvariablen für das Image im Segeltourismus .....	215
7.2.2.2 Ermittlung von Wahrnehmungsverhalten im Segeltourismus .....	218
7.2.2.2.1 Begriffsdefinition von Wahrnehmung.....	218
7.2.2.2.2 Feststellung des Wahrnehmungsverhaltens im Segeltourismus .....	219
7.2.2.3 Ermittlung von Motivationsstrukturen im Segeltourismus .....	220
7.2.2.4 Lebensstile im Segeltourismus .....	221
7.2.3 Vorgehensweise und zeitliche Planung der Untersuchung.....	222
7.2.4 Fehlerbetrachtung .....	223
<b>7.3 Auswertung der Daten und Interpretation der Ergebnisse.....</b>	<b>224</b>
7.3.1 Zusammensetzung der Stichprobe.....	224
7.3.2 Vergleich der Image-Items.....	226
7.3.2.1 Beschreibung des Rechenmodells .....	226
7.3.2.2 Berechnung der Ähnlichkeit der Teilstichproben verschiedener Teilkundengruppen von Segelevents .....	231
7.3.3 Kontrollberechnungen der Ähnlichkeiten anderer Teilstichproben.....	236
7.3.3.1 Vergleich der Geschlechter .....	236
7.3.3.2 Vergleich nach Lesegewohnheiten.....	238
7.3.3.3 Vergleich nach Einstellungsdimensionen nach Frage 12 .....	239
7.3.3.4 Zwischenergebnis.....	240
7.3.4 Bewertung der mathematischen Methoden und Ableitung eines Bestimmungsmaßes für die Ähnlichkeit.....	241
7.3.5 Ergebnis .....	248
<b>8 Perspektiven des Segeltourismus.....</b>	<b>252</b>
<b>8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse.....</b>	<b>252</b>
<b>8.2 Weiterer Forschungsbedarf .....</b>	<b>255</b>
<b>8.3 Abgeleitete Forderungen.....</b>	<b>256</b>
<b>9 Literaturangaben .....</b>	<b>257</b>
<b>10 Anhang .....</b>	<b>270</b>