

Hilal Degirmenci

Städtetourismus für die Zielgruppe „Best Ager“ am Beispiel einer Potenzialanalyse für die Hansestadt Bremen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2010 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783842805927

Hilal Degirmenci

Städtetourismus für die Zielgruppe Best Ager am Beispiel einer Potenzialanalyse für die Hansestadt Bremen

Hilal Degirmenci

Städtetourismus für die Zielgruppe „Best Ager“ am Beispiel einer Potenzialanalyse für die Hansestadt Bremen

Hilal Degirmenci

Städtetourismus für die Zielgruppe „Best Ager“ am Beispiel einer Potenzialanalyse für die Hansestadt Bremen

ISBN: 978-3-8428-0592-7

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2010

Zugl. Hochschule Bremen (FH), Bremen, Deutschland, Bachelorarbeit, 2010

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2010

„ ,Wohin der Herr?‘ ,Ich weiß es nicht‘ sagte ich, ,nur weg von hier, nur so kann ich meinen Ziel erreichen.‘ Du kennst das Ziel?‘ fragte er. ,Ja‘ ,antwortete ich, ,ich sagte es doch. Weg von hier – das ist meine Ziel.‘ “

Franz Kafka, Der Aufbruch

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Ausgangslage	1
1.2	Problemstellung	2
1.3	Ziel der Arbeit.....	2
1.4	Abgrenzung der Arbeit	3
1.5	Aufbau der Arbeit	3
2	Theoretische Grundlagen zum Städtetourismus.....	4
2.1	Begriffsabgrenzung	4
2.2	Reisemotivation.....	4
2.3	Motive der Städtetouristen	6
2.4	Übernachtungs- und Tagestourismus.....	7
2.5	Bedeutender Wirtschaftsfaktor	9
2.6	Touristisches Angebot.....	10
2.7	Kultur im Städtetourismus	10
2.8	Zielgruppe für den Städtetourismus.....	11
2.9	Trends im Tourismus	12
2.10	Zusammenfassung.....	12
3	Best Ager als Zielgruppe für den Städtetourismus.....	14
3.1	Begriffsabgrenzung „Best Ager“	14
3.2	Bedeutung der Zielgruppe.....	14
3.2.1	Demografische Fakten	15
3.2.2	Kaufkraft	17
3.2.3	Psychische Fakten	17
3.3	Anforderungen der neuen Alten	20
3.3.1	Grundlegende Bedürfnisse.....	20
3.3.2	Anforderungen beim Reisen.....	21

3.3.3	Verändertes Freizeit- und Reiseverhalten	24
3.3.4	Kulturelles Interesse.....	25
4	Städtetourismus in Bremen	27
4.1	Zahlen und Fakten	27
4.2	Tages- und Übernachtungsgäste	27
4.3	Städteranking.....	28
4.4	Entwicklung der Besucherzahlen	29
4.5	Zielgruppe.....	30
5	Potenzialanalyse der Stadt Bremen für die Zielgruppe Best Ager.....	31
5.1	Das Potential im Städtetourismus	31
5.2	Das tourismusrelevante Produkt- und Serviceangebot.....	31
5.3	Die kulturellen Potenziale.....	32
5.4	Potenzialanalyse	34
5.4.1	Das Stadtzentrum	35
5.4.2	Das Überseemuseum	39
5.4.3	Focke-Museum	41
5.4.4	Universum® Bremen.....	44
5.5	Zusammenfassung.....	46
6	Handlungsempfehlungen	49
6.1	Empfehlungen für das Stadtzentrum	49
6.2	Empfehlungen für die Potenziale.....	51
6.3	Weitere Empfehlungen für die „Best Ager-Touristen“	54
7	Schlussbetrachtung.....	58

Literaturverzeichnis

Anhang