

**Stefanie Hörfurter**

# Die Bildung von Regionen im Tourismus

Ein Leitfaden zur Prozeßbegleitung

**Diplomarbeit**

## **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 © 1998 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832411909

**Stefanie Hörfurter**

# **Die Bildung von Regionen im Tourismus**

**Ein Leitfaden zur Prozeßbegleitung**



---

Stefanie Hörfurter

# **Die Bildung von Regionen im Tourismus**

*Ein Leitfaden zur Prozeßbegleitung*

**Diplomarbeit  
an der Fachhochschule München  
Juli 1998 Abgabe**



***Diplomarbeiten Agentur***  
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey  
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke  
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k  
22119 Hamburg

agentur@diplom.de  
www.diplom.de

ID 1190

Hörfurter, Stefanie: Die Bildung von Regionen im Tourismus: Ein Leitfaden zur  
Prozeßbegleitung / Stefanie Hörfurter - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1998  
Zugl.: München, Fachhochschule, Diplom, 1998

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, 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 die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR  
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg  
Printed in Germany



**Diplomarbeiten Agentur**

## **Wissensquellen gewinnbringend nutzen**

**Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität** zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren **Wirtschaftsstudien** und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

**Wettbewerbsvorteile verschaffen** – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

**<http://www.diplom.de>** bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

**Individueller Service** – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

### **Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur***

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –  
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —  
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————  
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————  
Fax: 040 / 655 99 222 —————

[agentur@diplom.de](mailto:agentur@diplom.de) —————  
[www.diplom.de](http://www.diplom.de) —————

# Inhaltsübersicht

	Seite
<b>1 Einführung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Aktuelle Situation des Fremdenverkehrs und der touristischen Regionen in Deutschland.....</b>	<b>9</b>
<b>3 Die Bildung von Regionen als Notwendigkeit .....</b>	<b>26</b>
<b>4 Beispiele verschiedener Regionen .....</b>	<b>42</b>
<b>5 Zusammenfassung aller Ideen auf dem Weg der touristischen Region zur Destination in Form eines straffen Leitfadens.....</b>	<b>100</b>
<b>6 Visionen und Utopien für alle anderen?! .....</b>	<b>111</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>A</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>a</b>



# Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>1 Einführung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Persönliche Gründe für die Bearbeitung diese Themas .....	1
1.2 Verschiedene Definitionen für Region - meine Definition für Region .....	2
1.3 Ziel und Vorgehensweise dieser Diplomarbeit .....	8
<b>2 Aktuelle Situation des Fremdenverkehrs und der touristischen Regionen in Deutschland.....</b>	<b>9</b>
2.1 Allgemeine Situation im deutschen Fremdenverkehr .....	9
2.2 Spezielle Situation der touristischen Regionen .....	18
2.2.1 Unter wirtschaftlichen Aspekten .....	18
2.2.2 Unter politischen Aspekten .....	22
2.2.3 Unter sozialwissenschaftlichen und marketingpsychologischen Aspekten...	25
<b>3 Die Bildung von touristischen Regionen als Notwendigkeit.....</b>	<b>28</b>
3.1 Regionalisierung versus Globalisierung .....	28
3.2 Trends und ihre Hintergründe .....	30
3.2.1 Leben im Kokon - Cocooning .....	30
3.2.2 Das große Heimweh .....	31
3.2.3 Das Umweltbewußtsein der Urlauber stagniert .....	32
3.2.4 Atemlos-gelangweilt - die neue Erlebnisorientierung .....	33
3.2.5 Strukturelle Veränderungen .....	34
3.3 Finanzielle Hintergründe .....	37
3.4 Aus Sicht der Anbieter .....	42
3.5 Aus Sicht der Gäste .....	43
<b>4 Beispiele verschiedener Regionen .....</b>	<b>45</b>
4.1 Teil I der Regionen .....	47
4.1.1 Auerbergland .....	47
4.1.2 Berchtesgadener Land .....	51

4.1.3 Chiemsee-Region.....	54
4.1.4 Dahner Felsenland .....	60
4.1.5 Eifel .....	63
4.1.6 Harz .....	68
4.1.7 Lahntal .....	71
4.1.8 Moselland.....	73
4.1.9 Neues fränkisches Seenland .....	75
4.2 Teil II der Regionen .....	78
4.2.1 Nordsee Schleswig-Holstein .....	78
4.2.2 Odenwald .....	80
4.2.3 Rhön .....	84
4.2.4 Saarland .....	88
4.2.5 Sächsische Schweiz .....	90
4.2.6 Teutoburger Wald .....	93
4.2.7 Werratal .....	96
4.2.8 Stuttgart und Region .....	99
4.3 Teil III der Regionen .....	103
4.3.1 Bregenzerwald.....	103
4.3.2 Kleinwalsertal.....	107

## **5 Zusammenfassung aller Ideen auf dem Weg der touristischen Region zur**

<b>Destination in Form eines straffen Leitfadens .....</b>	<b>111</b>
5.1 Kooperationen zwischen Leistungsträgern und Vernetzungen sämtlicher Wirtschaftszweige .....	112
5.2 Auswahl, Gestaltung und Ausführung der Marketingmaßnahmen.....	114
5.3 Technische Möglichkeiten der Zusammenarbeit .....	117
5.4 Organisationstechnische Maßnahmen in der Fremdenverkehrsarbeit.....	118
5.6 Positionierung der Region und Qualität der Arbeit im Fremdenverkehr .....	121

**6 Visionen und Utopien für alle anderen?! ..... 123**

**Anhang ..... A**

**Literaturverzeichnis (nach Autoren)..... a**

## Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: Kenngrößen für Destinationen/ÖAR.....	5
Abb. 2: Kenngrößen für Destinationen/BÖKT .....	6
Abb. 3: Gästezahlen Deutschland aus 1996 und 1997 .....	10
Abb. 4: Übernachtungen Deutschland aus 1996 und 1997.....	10
Abb. 5: Beliebteste Ziele deutscher Urlauber im Inland .....	11
Abb. 6: Hitliste der Urlaubsmotive der Deutschen.....	12
Abb. 7: Neuland-Kampagne.....	14
Abb. 8: Erwartungen des Umfeldes an die Tourismusorganisation.....	21
Abb. 9: Erwartungen der Tourismusorganisation an das Umfeld .....	21
Abb. 10: 'Profiteure' der Leistungen, die die TO erbringt .....	38
Abb. 11: Finanzierungsmöglichkeiten der TO .....	39
Abb. 12: Arten von Tourismusabgaben.....	40
Abb. 13: Aufgaben der TO .....	40
Abb. 14: Übersichtstabelle Auerbergland .....	47
Abb. 15: Übersichtstabelle Berchtesgadener Land.....	51
Abb. 16: Übersichtstabelle Chiemsee-Region.....	54
Abb. 17: Projektbausteine des Touristik-Online-Service.....	56
Abb. 18: Anwender des Touristik-Online-Service .....	57
Abb. 19: Übersichtstabelle Dahner Felsenland.....	60
Abb. 20: Übersichtstabelle Eifel.....	63
Abb. 21: Übersichtstabelle Harz.....	68
Abb. 22: Übersichtstabelle Lahntal.....	71
Abb. 23: Übersichtstabelle Moselland .....	73
Abb. 24: Übersichtstabelle Neues fränkisches Seenland.....	75
Abb. 25: Übersichtstabelle Nordsee Schleswig-Holstein.....	78
Abb. 26: Übersichtstabelle Odenwald .....	80
Abb. 27: Übersichtstabelle Rhön.....	84
Abb. 28: Übersichtstabelle Saarland.....	88
Abb. 29: Übersichtstabelle Sächsische Schweiz.....	90
Abb. 30: Übersichtstabelle Teutoburger Wald.....	93
Abb. 31: Übersichtstabelle Werratal.....	96
Abb. 32: Übersichtstabelle Stuttgart und Region.....	100
Abb. 33: Übersichtstabelle Bregenzerwald.....	103
Abb. 34: Übersichtstabelle Kleinwalsertal .....	107

# 1 Einführung

## 1.1 Persönliche Gründe für die Bearbeitung diese Themas

Es gibt eigentlich viele kleine Einzelgründe, die mich dazu bewogen haben, mir dieses Thema für meine Diplomarbeit auszusuchen.

In meinem 2. Praxissemester bei der FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung konnte ich an verschiedenen Projekten mitarbeiten und wurde so zum ersten Mal mit den Themen 'Vernetzung' und 'Regionale Kooperationen' konfrontiert.

Da ich in einer sehr ländlichen Gegend aufgewachsen bin, konnte ich viele Probleme, die dabei zur Sprache kamen, gut verstehen und leichter nachvollziehen. Die Forderung nach interkommunaler Zusammenarbeit erschien mir von Anfang an sinnvoll. Ländliche Gemeinden, die Tourismus betreiben wollen, müssen kooperieren um Erfolg zu haben, denn ein Ort alleine kann sich generell nicht viel leisten und wird dem anspruchsvollen Urlauber von heute, dessen Vorstellung von seiner Feriendestination nicht an Kommunalgrenzen endet, kaum gerecht werden. Je mehr Orte, aber auch Leistungsanbieter, wie Hoteliers, Landwirte, usw. sich zusammenschließen, desto vielfältiger werden alleine schon die kreativen Ideen für diverse Kooperationsformen ausfallen.

Man sagt ja, daß die Diplomarbeit möglichst etwas mit dem angestrebten Berufsziel zu tun haben sollte. Da ich nun schon durch mein ländliches Umfeld geprägt bin, bei FUTOUR gute Einblicke bekommen konnte und mir wünsche im Fremdenverkehr - möglichst in Bayern - tätig und glücklich zu werden, will ich mit meiner Arbeit das Thema der Bildung von Regionen sowie der Kooperationen innerhalb der touristischen Regionen 'anpacken'.

Vornewegschicken möchte ich auch noch, daß uns die Österreicher in diesem Thema anscheinend um einiges voraus sind. Ich konnte bei keiner Stelle in Deutschland Studien zum Thema 'Destinations-Management' mit Beispielen aus Deutschland bekommen. Und, an was genau es liegt, weiß ich nicht, doch vom Bregenzerwald, vom Kleinwalsertal, von der Werbung Tirol und von einigen anderen

Fremdenverkehrsvereinen in Österreich, erhielt ich umgehend sehr freundlich formulierte Briefe mit allen wichtigen Unterlagen und Informationen. Bei einigen Regionen oder Institutionen in Deutschland dauerte dies ziemlich lange und bedurfte mehrfacher Erinnerungsanrufe. Diese Unterschiede geben zu denken. Im Großen und Ganzen waren die endgültigen Informationen jedoch meist umfassend und verständlich aufbereitet.

## 1.2 Verschiedene Definitionen für Region - meine Definition für Region

Sucht man in Lexika, Fachliteratur oder Fachzeitschriften nach einer Definition für Region, so findet man unterschiedlichste Ausprägungen des Begriffes 'Touristische Region'. Leider konnte ich mehr österreichische, als deutsche Literatur finden. Da sich aber Deutschland und Österreich im Hinblick auf touristische Regionen oft ähnlich sind, speziell in einigen alpinen Gebieten, verwende ich auch diese Definitionen für touristische Regionen.

- Um eine Basisdefinition zu bekommen, konsultiert man zuallererst ein Lexikon: „Region [lat.], allgemein svw. Gegend, Bereich.  
→ in der BRD im Sinne der Raumordnung und Landesplanung Teilraum eines Bundeslandes, für den eine Regionalplanung geboten erscheint, zu einer Region werden solche Gebiete zusammengefaßt, zwischen denen ausgewogene Lebens- und Wirtschaftsbeziehungen bestehen oder entwickelt werden sollen. Die Region erstreckt sich in der Regel auf das zusammenhängende Gebiet mehrerer Landkreise unter Einbeziehung kreisfreier Städte, in Einzelfällen auch über die Landesgrenzen hinweg.[...]“<sup>1</sup>

In dieser Definition werden die Grenzen einer Region eindeutig durch verwaltungstechnische Vorgaben festgelegt.

---

<sup>1</sup> Meyers Enzyklopädisches Lexikon, Bibliographisches Institut (Hrsg.), 9.Auflage, Mannheim/Wien/Zürich, 1978, Band 19, S. 723

- Für Frau Ulla Peters, deren Artikel 'Die Regional-Szene im Aufbruch' im Mai 1997 in der Zeitschrift Pro Regio erschien, sind Regionen „[...] **räumliche Einheiten, oft - in Ermangelung eines genaueren Zuschnitts - entlang von Verwaltungsgrenzen definiert.**“<sup>2</sup>

Bisher versteht man unter Regionen also Gebiete, die durch Verwaltungsgrenzen voneinander abgetrennt sind.

- In der Kurzfassung einer Studie der in Wien ansässigen ÖAR-Regionalberatung GmbH vom Februar 1997 findet man eine ergiebigere Erklärung: „Die internationale Diskussion und angelaufenen Entwicklungsbemühungen in Österreich und der Schweiz kommen daher zu dem Ergebnis, daß funktional definierte, strategisch gemanagte Tourismusregionen zukünftig die entscheidenden Wettbewerbseinheiten im Tourismus darstellen werden. **Gemeint sind dabei natürlich nicht einfach räumlich oder gesetzlich definierte Regionen, sondern funktional verbundene, gastorientierte Angebots-, Vermarktungs- und Entwicklungseinheiten mit entsprechender innerer Entwicklungszusammenarbeit und strategischer Organisation.**“<sup>3</sup>

Im Tourismus werden Regionen also nicht räumlich oder gesetzlich definiert.

Bei meiner weiteren Suche nach Definitionen bin ich dann noch auf ein weiteres Wort gestoßen, daß immer im Zusammenhang mit Tourismusregionen benutzt wird: die Destination.

- In Prof. Dr. Thomas Biegers Definition für Destination findet sich der Begriff Region: „Im Folgenden soll eine Destination definiert werden als: **Geographischer Raum (Ort, Region, Weiler), den der jeweilige Gast (oder ein Gästesegment) als Reiseziel auswählt. Sie enthält sämtliche für einen Aufenthalt notwendigen Einrichtungen für Beherbergung, Verpflegung, Unterhaltung / Beschäftigung.**

<sup>2</sup> vgl. Peters, Ulla: Die Regional-Szene im Aufbruch, in Pro Regio, Nr. 20-21/1997, S.36

<sup>3</sup> Auszug aus der Kurzfassung der Studie: ÖAR-Regionalberatung GmbH, Stellenwert und Zukunft regionaler Tourismusorganisationen, Wien, 1997, (keine Seitenzahl, da Tagungsunterlagen anlässl. des Forums „Die Zukunft regionaler Tourismusorganisationen“, veranstaltet durch ÖAR am 20.02.1997 in Wien)

Sie ist damit das eigentliche Produkt und die Wettbewerbseinheit im Tourismus, die als strategische Geschäftseinheit geführt werden muß.“<sup>4</sup>

Nach der Lektüre dieser Definition wurde mir klarer, wie ich touristische Region definieren möchte. Grob gesagt, ein nicht durch politische Grenzen bestimmtes Gebiet, daß alle in Biegers Definition genannten Charakteristiken aufweist. Doch um eine Definition für touristische Regionen zu geben, die alle Aspekte widerspiegelt, unter denen ich das Thema Bildung von Regionen bearbeiten möchte, fehlt noch eine detailliertere Betrachtung.

Der Gast soll in seiner Ferienregion ein Netz von Kooperationen vorfinden, daß über die Grundleistungen von Beherbergung und Verpflegung hinausgeht. Kreative Möglichkeiten, einzigartige Erlebnisse, neue Betrachtungsweisen des alltäglichen Lebens sollen dem Gast durch verschiedene Kooperationen zwischen Landwirten, den einzelnen Sehenswürdigkeiten, den Hoteliers, den Kunsthandwerkern und vielen anderen, eröffnet werden. Jede Region wird zu einem Unikat, zu einer Marke, die im harten Wettbewerb ihre Vorteile brauchen wird ...

- In der Originalfassung der oben erwähnten ÖAR-Studie konnte ich eine weitere Definition für Destination finden: „Destinationen sind national oder international wettbewerbsfähige Entwicklungs-, Angebots- und Vermarktungseinheiten im Tourismus. Sie sind als funktionale Einheiten in der Lage, die notwendigen Leistungsbündel und Einrichtungen zur zufriedenstellenden Abdeckung der Urlaubsbedürfnisse ihrer Gäste in vollständiger Form anzubieten. Sie entsprechen den Anforderungen der für sie relevanten Vermarktungssysteme und sind als strategisch gemanagte Wettbewerbseinheiten organisiert. **Sie verfügen über eine Form der Entwicklungszusammenarbeit und Organisation, welche ihnen eine optimale Nutzung von Synergien und Entwicklungsvorteilen durch kooperative Strategien ermöglichen.**“<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Bieger, Thomas: Management von Destinationen und Tourismusorganisationen, 3. Aufl., München/Wien, 1997, S. 74

<sup>5</sup> Bratl, Hubert und Schmidt, Franz: Stellenwert und Zukunft regionaler Tourismusorganisationen, ÖAR-Regionalberatung GmbH (Hrsg.), Wien, 1997, S. 143