

**Leseprobe**

# Touristikfachkraft (IST-Diplom)

**Studienheft**

## Grundlagen Tourismus – Angebots- und Nachfragestrukturen

**Autoren**

Prof. Dr. Silke Landgrebe

Werner Becker (Diplom-Betriebswirt)

# Kapitel 3

## 3. Angebotsstrukturen im Tourismus

### 3.1 Einflussfaktoren auf das touristische Angebot

### 3.2 Struktur des touristischen Angebots

### 3.3 Träger des touristischen Angebots

#### 3.3.1 Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe

#### 3.3.2 Verkehrsbetriebe

#### 3.3.3 Reiseveranstalter

#### 3.3.4 Reisemittler

#### 3.3.5 Destinationen

#### 3.3.6 Freizeitanlagen und Erlebnisswelten

#### 3.3.7 Sonstige Träger

## 3. Angebotsstrukturen im Tourismus

**Lernorientierung**

Nach Bearbeitung dieses Kapitels sind Sie in der Lage,

- die wichtigsten Einflussfaktoren auf das touristische Angebot und die Strukturelemente des touristischen Angebots nennen und beurteilen zu können;
- die Arten und Formen des Tourismus unterscheiden zu können;
- die vielfältigen Arten touristischer Orte anhand ihrer Merkmale beschreiben und abgrenzen zu können;
- typische Akteure des Tourismus zu benennen und ihre grundlegende Funktionsweise sowie Bedeutung in der Branche zu beschreiben.

**Praxisbeispiel**

Im Mittelpunkt der Produktstrategie der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) stehen angebots- und eventorientierte Programme zu nationalen und regionalen Schwerpunktthemen.

Gemeinsam mit Partnern wurden Themenjahre festgelegt. Hier eine Auswahl:

- **2013** „Junges Reiseland Deutschland“ und „200. Geburtstag von Richard Wagner“
- **2014** „UNESCO-Welterbe – Nachhaltiger Kultur- und Naturtourismus“ und „25 Jahre Friedliche Revolution Leipzig“
- **2015** „500. Geburtstag von Lucas Cranach dem Jüngeren“ sowie „25 Jahre Deutsche Einheit“.
- **2016** „Faszination Natururlaub in Deutschland – Natur und Nationalparke“
- **2017** „500 Jahre Reformation – Religiöses Reisen in Deutschland“

In diesem Kapitel erhalten Sie einen Überblick über die touristischen Angebote und die Anbieter im Tourismus. Es werden die Produkte betrachtet, die auf dem touristischen Markt angeboten werden. Darüber hinaus wird die Struktur des jeweiligen Marktes skizziert, sodass die Bedeutung der einzelnen Akteure beurteilt werden kann.

## 3. Angebotsstrukturen im Tourismus

## 3.1 Einflussfaktoren auf das touristische Angebot

Das touristische Angebot wird von einer Reihe von Faktoren beeinflusst. Zu den wichtigsten Faktoren zählen die **gesellschaftlichen Einflüsse, die Nachfrager, die staatlichen Einflüsse und die betrieblichen Einflüsse**. FREYER hat diese wichtigsten Faktoren in dem folgenden Schaubild dargestellt.



Abb. 9 Einflussfaktoren auf das touristische Angebot  
(FREYER 2015, S. 145)

## 3. Angebotsstrukturen im Tourismus

**Gesellschaftliche Einflüsse**

Das touristische Angebot hängt vor allem von den allgemeinen Normen und Werten, der Kultur und den Traditionen ab. Die sozialen Strukturen sowie das Arbeits- und Freizeitverhalten der Bevölkerung beeinflussen das touristische Angebot. In den Industrieländern herrscht beispielsweise eine relativ hohe Freizeitorientierung vor. Dementsprechend vielfältig sind die touristischen Angebote. Hingegen spielen touristische Angebote in Entwicklungsländern sowie in Ländern mit stark traditionell ausgerichteten Werthaltungen eine geringere Rolle.

**Umwelteinflüsse**

Typische Umweltfaktoren sind die natürlichen Gegebenheiten des Gastlandes. Dazu gehören das Klima, die geografische Lage, die Landschaft sowie die Pflanzen- und Tierwelt. Die Umwelteinflüsse haben den bedeutendsten Einfluss auf den Umfang, die Art und die Struktur des touristischen Angebots. Gleichzeitig können diese Faktoren am wenigsten von den Anbietern beeinflusst werden. In diesem Zusammenhang wird auch der Begriff „natürliches Angebot“ genutzt.

**Natürliches Angebot****Wirtschaftliche Einflüsse**

Der Tourismus wird als wesentlicher Bestandteil der nationalen Ökonomie und des internationalen Handels stark von der nationalen und internationalen Wirtschaftslage beherrscht. Das touristische Angebot ist insbesondere von Einkommensänderungen im Reise- oder Heimatland sowie Wechselkursänderungen betroffen.

Für viele Reiseländer ist der Devisenbedarf ein zentraler Wirtschaftsfaktor des Tourismus, der zu einer forcierten Entwicklung dieses Bereichs führt. Dabei steht die gewinnbringende Verteilung und Ausnutzung vorhandener Ressourcen an Arbeitskraft und Kapital im Vordergrund.

Neben der großen Bedeutung von bereits vorhandenen Einrichtungen wird der Infrastruktur eines Landes hohe Bedeutung beigemessen. Für das touristische Angebot ist die Erschließung des Landes durch Transportmittel sowie die Versorgung mit Energie und Wasser entscheidend.

**Infrastruktur**

### 3. Angebotsstrukturen im Tourismus

#### Nachfrager

Die touristische Angebotsstruktur wird in besonderem Maße vom Alter, von der Herkunft, von Reisewünschen und Motiven des Reisenden geprägt.

#### Staatliche Einflüsse

Die Entwicklung und Struktur des touristischen Angebots eines Landes wird auch von der staatlichen Förderung und der Ordnungspolitik bestimmt. Dazu zählen Pass- und Zollvorschriften, internationale politische und wirtschaftliche Beziehungen, die allgemeine Wirtschaftspolitik und spezielle touristische Maßnahmen.

#### Betriebliche Einflüsse

Ressourcenverteilung, staatliche Unterstützung, allgemeine lokale Gegebenheiten und das wirtschaftliche Umfeld stehen den Unternehmen als allgemeine Entwicklungspotenziale zur Verfügung. Die Entwicklung touristischer Angebote unterliegt vor allem den unternehmerischen Aktivitäten in einem Land.

Aus der Sicht touristisch orientierter Betriebe bestimmen die eigenen unternehmerischen Fähigkeiten, der Stand der Technik, die Profitabilität und alternative Investitionsmöglichkeiten das touristische Angebot.

#### Unternehmerische Überlegungen

Wesentliche unternehmerische Überlegungen für den Aufbau eines touristischen Betriebs sind auf der einen Seite die Gewinnerwartungen und auf der anderen Seite die Kostenelemente für Personal, Kredite, Investitionen und steuerliche Abgaben. Außerdem sind die Angebote an Produktionsfaktoren hinsichtlich Qualität und Verfügbarkeit zu berücksichtigen. Unter Produktionsfaktoren sind u. a. das Vorhandensein von qualifizierten Arbeitskräften für Managementaufgaben sowie Kapital für Investitionen und Technik zu verstehen.

### 3.2 Struktur des touristischen Angebots

Das touristische Angebot besteht aus einer Vielzahl von Leistungen. Im Mittelpunkt dieser Betrachtung steht die Tourismusindustrie, die die Anbieterseite des Tourismussektors repräsentiert. Hierzu zählen Reiseveranstalter, Reisevermittler, Hotel- und Gastronomiebetriebe, Verkehrsbetriebe, Destinationen (Reiseorte), Freizeit- und Erlebniswelten, Mietwagenfirmen und Incoming-Agenturen.

#### Tourismusindustrie

#### Die Tourismusindustrie

Zur Tourismusindustrie gehören alle Bereiche, die für die Erstellung von Fremdenverkehrsleistungen notwendig sind. Der Begriff Tourismusindustrie ist aus zwei Gründen etwas irreführend (vgl. FREYER 2015, S. 149):

- Tourismus ist vor allem eine Dienstleistung.
- Die Tourismusindustrie ist kein einheitlicher Industriezweig, sondern besteht aus mehreren Teilbereichen anderer Industriebereiche.

Im Deutschen sollte daher richtigerweise von der Tourismuswirtschaft gesprochen werden. Im internationalen Kontext jedoch erscheint der Begriff Tourismusindustrie gefälliger. Beispielsweise wird im Englischen von der „Tourism Industry“ und im Französischen von der „L'industrie du tourisme“ gesprochen. In diesem Studienheft werden die Begriffe Tourismusindustrie und Tourismuswirtschaft synonym verwendet.

In der Volkswirtschaftslehre erfolgt bislang keine genaue Abgrenzung der Tourismusindustrie. Die Begrenzung auf bestimmte Teilbereiche ist umstritten und problematisch.

In der Betriebswirtschaftslehre werden zur Bestimmung touristischer Betriebe drei verschiedene Kriterien herangezogen:

- Art der Leistungserstellung
- Art der Nachfrage
- Intensität des Absatzes