

# Tourismusforschung

**Autor: Marc Sölter Hotelfachmann, Tourismusreferent**

Die Tourismusforschung kann als eine noch recht junge Wissenschaftsdisziplin, die für eine fächerübergreifende, interdisziplinäre Arbeitsweise geradezu prädestiniert ist, bezeichnet werden. Ein fächerübergreifender, interdisziplinärer Ansatz in der Tourismusforschung, ist auch notwendig, denn die Tourismusforschung muss auf Wissen anderen Fachdisziplinen zurückgreifen können, um den wirtschaftlichen, ökologischen, soziokulturellen und politischen Prozessen und Auswirkungen des Phänomens Tourismus gerecht werden zu können. Bedingt dadurch, dass Tourismus nur ganzheitlich und interdisziplinär angegangen werden kann, identifiziert Bieger (1994) die Tourismuslehre als eine eigentliche Schnittpunktwissenschaft. Auf der anderen Seite aber, stellt die interdisziplinäre Thematik der Tourismusforschung sowohl eine Chance als auch Defizit dar, denn viele der bislang entstanden Arbeiten und Forschungsergebnisse sind in den verschiedenen Fachbereichen der Universitäten verstreut. Tourismusforschung wird von den Vertretern verschiedener Wissenschaftsdisziplinen betrieben, dies sind z.B. Ethnologen, Geographen, Ökonomen, Historiker, Soziologen, Psychologen und Kulturwissenschaftler, um hier nur einige von ihnen zu nennen. Teilweise werden Forschungsergebnisse, Diplomarbeiten und Dissertationen veröffentlicht, andererseits liegen viele dieser Arbeiten gut behütet in den Schreibtischschubladen der Professoren.

Betrachtet man die Anfänge der Tourismusforschung in Deutschland mit der Gründung des Forschungsinstituts für den Fremdenverkehr in Berlin (1. März 1929), so kann die Tourismusforschung auf eine über 70 jährige Tradition zurückblicken. Es gibt also seit ca. 70 Jahren eine Fremdenverkehrs- bzw. Tourismuswissenschaft die sich mit – wechselndem Erfolg – bemüht, das Phänomen zweckfreien Ortsveränderung von den verschiedensten Seiten zu beleuchten (vgl. Hömberg 1978) Lange Zeit wurde von der Tourismusforschung primär die wirtschaftliche Seite des Tourismus betrachtet. Obwohl bereits schon 1942 vom Nestor der Disziplin, Walter Hunziker darauf hingewiesen wurde, dass dem Wesen des Fremdenverkehrs, nur in seinen verschiedenen Funktionen gerecht werden kann, blieb der Tourismus über Jahrzehnte hinweg, Lehr- und Forschungsgebiet der Ökonomie. ***Er geht nicht in der Verkehrswissenschaft auf, nicht in der Wirtschaftswissenschaft, sondern er ist mit seinen verschiedenen, gleichzeitigen Funktionen zu sehen (Hunziker 1942).*** Die Gründung des Starnberger Studienkreis für Tourismus im Jahr 1961 kann als Geburtsstunde

der sozialwissenschaftlich orientierten Tourismusforschung bezeichnet werden. Jedoch scheinen die Forschungsbemühungen zu Reisen und Tourismus aus der sozialwissenschaftlichen Perspektive bisher nur marginal zu sein. So zeigen Soziologie, Psychologie, Politik-, und Kommunikations- und Erziehungswissenschaften (Freizeitpädagogik) eine hohe Zurückhaltung gegenüber dem Reisen (Bachleitner 2005). Im Laufe der Zeit konnte sich jedoch eine eigenständige sozial- und kulturwissenschaftliche Tourismusforschung entwickeln. Der Tourismusforschung stehen somit auch alle Methoden der qualitativen Sozialforschung zur Verfügung. In den tourismuswissenschaftlichen Analysen, Bewertungen und Prognosen stehen soziale, ökonomische, ökologische und kulturelle Aspekte im Mittelpunkt. Tourismus wird dabei nicht mehr nur als wirtschaftliche Existenz und soziale Errungenschaft betrachtet, sondern auch als Herausforderung und Aufgabe zur Förderung eines umwelt- und sozialverträglichen Reisens (vgl. Opaschowski 1997). Heute können in der Tourismusforschung nach Smith 1995 folgende Ausprägungen der Tourismusforschung unterschieden werden:

#### **Ausprägungen der Tourismusforschung**

- ... psychologische Sicht
- ... verhaltenswissenschaftliche Sicht
- ... geographische Sicht
- ... betriebswirtschaftliche Sicht
- ... volkswirtschaftliche Sicht
- ... philosophische Sicht

(nach Smith, 1995)

Teilweise sind diejenigen Wissenschaftsrichtungen die sich mit dem Phänomen „Tourismus“ beschäftigen, zu eigenständigen und anerkannten Teildisziplinen innerhalb ihrer jeweiligen Mutterfächer geworden (vgl. Hopfinger 2004). Besonders die geographische Tourismusforschung stellt als Fremdenverkehrs- bzw. Tourismusgeographie eine eigenständige Teildisziplin innerhalb der Geographie dar. Ähnliche Entwicklungen sind auch bei der Tourismuspsychologie und –soziologie zu erkennen. Seit einigen Jahren werden Vorlesungen und Seminare zur Soziologie und Psychologie des Tourismus an Universitäten und Fachhochschulen veranstaltet. Es wurde versucht sich aus der Randstellung des betriebswirtschaftlich dominierten Wissenschaftssystem „Tourismus“ zu lösen und die Soziologie und Psychologie in eine kultur- und sozialwissenschaftlich orientierte Tourismusforschung einzubinden (vgl. Schimany 1999).

All diese verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen, bereichern die Tourismusforschung um ihre Modelle und Methoden der jeweiligen Kerndisziplin. Entsprechende vielfältig wie der disziplinäre Zugang sind die in der Tourismusforschung verwendeten Methoden (Bieger Tourismuslehre 2004).

Aber trotz vieler positiver Entwicklungen in der Tourismusforschung, konnte die Tourismusforschung bisher in der Öffentlichkeit nur wenig Profil entwickeln.

So war z.B. in der „Kölnischen Rundschau“ zu Lesen, Tourismusforschung erinnere immer noch an das berühmte Lesen aus dem Kaffeesatz. Auch die FAZ, bezeichnete die Tourismusforschung als einen der armseligsten Zeige der Sozialwissenschaft: *An alledem verwunderte vielmehr, dass die Tourismusforschung überwiegend aus betriebswirtschaftlichen Postulaten zu bestehen scheint. Es soll, es könnte, man darf nicht und wir müssen endlich - so formuliert man hier. Aber wie es ist, das sagte überhaupt niemand* (FAZ). Aber woher kommt das schlechte Bild von der Tourismusforschung? Nach einer kurzen Bestimmung der Tourismusforschung, wird auf diese Frage eingegangen.

Die gigantische Tourismus-Werbe-Industrie ist in allem, was sie tut, klar gegen die Urlaubsreisenden gerichtet. Wer wollte das bestreiten? Daneben durchwuchert eine so genannte "Tourismusforschung", in die von Staat, Banken und Massentourismus-Unternehmen Unsummen investiert werden, immer mehr Universitätsinstitute. Auch sie wird gegen die Urlaubsreisenden zum Einsatz gebracht. Der noch besseren und massenhafteren Verwertbarkeit wegen werden sie in Umfragen ausgehört und in Tiefeninterviews regelrecht ausgeweidet. So tief hat Goebbels (aufgrund noch mangelnden Instrumentariums) nicht in die Menschen hineingesehen. Analysen der Reisemotivationen, Studien zum Urlaubsverhalten, Werbemitteltests, Konsumkraftberechnungen - alle diese "Forschung" genannten Ausspionierungen der Menschen haben nur den Zweck, sie noch gezielter lenken und auspressen zu können und ihren wirklichen Interessen zuvorzukommen. Die erarbeiteten Statistiken sind Schlachtpläne, nichts anderes.

(Quelle: Wilhelm - Der Exeß)

Aber was ist eigentlich Tourismusforschung und womit beschäftigt sie sich? Das Wort Tourismusforschung setzt sich zusammen aus dem Begriff „Tourismus“ und dem Begriff „Forschung“.

**WISSENSCHAFTLICHES ERFAHREN** = Ursächliche Zusammenhänge und Erscheinungen aufdecken, gefundene Tatsachen erklären, ordnen und zukünftige Erscheinungen prognostizieren.

## **Zweck der wissenschaftlichen Forschung**

### **Theoretischer Zweck**

Erklärungen und Prognosen erarbeiten, um daraus logisch konsistente Theorien und Lehren zu gewinnen, welche gesetzartige Aussagen.

### **Praktischer (pragmatischer) Zweck**

Erarbeiten von Entscheidungsgrundlagen, die zusammen mit den Theorien zur Gestaltung von Handlungsprozessen dienen. (Quelle: Müller, Freizeit und Tourismus 1996)

Es gilt zu beachten, dass Forschung immer zwei Seiten hat:

Die eine Seite ist forschungsimmanent und für sie gilt eigentlich ständig, dass weitere Forschung unbedingt gebraucht wird. Wie jeder empirisch arbeitende Wissenschaftler weiß, werden mit allen Untersuchungen weniger Fragen beantwortet als durch sie an neuen Fragen aufgeworfen wird.

Die andere Seite ist die der Rezeption und Umsetzung oder Verwertung von Forschungsergebnissen.

Quelle: (C-B-R Tourismus Symposium Dienstag, 17. Februar 2004 Jörn W. Mundt)

Die vielen Probleme und Schwierigkeiten der Tourismusforschung zeigen sich schon bei der Definition des Forschungsgegenstandes (vgl. Steinbach 2003). Was ist aber nun mit dem Begriff „Tourismus“? Unzählige Autoren haben sich um eine Tourismus-Definition bemüht. Entstanden sind Definitionen mit angebotsseitigem und nachfrageseitigem Ansatz, wirtschaftswissenschaftliche, betriebswirtschaftlich orientierte, kommunalwissenschaftliche, geographische oder auch verkehrswissenschaftliche Tourismus-Definitionen (vgl. P. Gleichmann, Zur Soziologie des Fremdenverkehrs). Aus diesen verschiedenen Definitions-Versuchen, wird ersichtlich das die Tourismusforschung erhebliche Probleme und Schwierigkeiten bei der Definition des eigenen Forschungsgegenstand hat. Es gibt nämlich keine allgemein akzeptierte und verbindliche Tourismusdefinition. So betonten z.B. die Tourismus-Definitionen der Tourismusforscher Hunziker/Krapf und auch jene von Bernecker, die reine Konsumorientiertheit als Charakteristikum des Fremdenverkehrs, was bedeutete das der gesamte Geschäftsreiseverkehr auszuklammern ist (vgl. F. Schadlbauer 1973). Wird nun z.B. eine dieser Definitionen als Grundlage für die Forschungstätig eines Wissenschaftlers der im Tourismus forscht verwendet, so darf dieser auf gar keinen Fall im Geschäftsreiseverkehr forschen. Denn der Geschäftsreiseverkehr wäre ja, nach der verwendeten Definition nicht den Tourismus zuzurechnen.

Die verwendete Tourismus-Definition, bestimmt den Forschungsgegenstand der Tourismusforscher:

- zu breiter Bezugsrahmen
- zu enger Tourismusbegriff

### **Konsequenzen der langjährigen einseitigen Ausrichtung der Tourismusforschung**

Die ökonomische Bedeutung des Tourismus, sein direkter Beitrag zur Beschäftigung und zum Einkommen der Bevölkerung, sowie seine indirekte Anschubs- und Multiplikatorenfunktion für andere Wirtschaftszweige machten und machen die Analyse des Verhältnisses von Tourismus und Ökonomie, zu einem zentralen Thema der Tourismusforschung. Entsprechend ihrer praktisch-beratenden Ausrichtung muss die Tourismusforschung insgesamt als überwiegend anwendungsbezogen und wenig grundlagenorientiert bezeichnet werden (vgl. Bleile 1996; Freyer 1995). Konsequenzen sind ein erheblicher Nachholbedarf in der touristischen Grundlagenforschung und eine notwendige Stärkung der kultur- und sozialwissenschaftlichen Tourismusforschung.

## **Der Tourismus als Wissenschaft**

Innerhalb der Tourismusforschung können drei Herangehensweisen bzw. Entwicklungsschritte einer Tourismuswissenschaft unterschieden werden (vgl. SCHÄFER 2003/Nahrstedt 1995):

1. Tourismusforschung in bestehenden Disziplinen;
2. Interdisziplinäre Forschungsansätze der verschiedenen Fachrichtungen über Teilaspekte des Tourismus und Austausch der Ergebnisse;
3. Multidisziplinäre Tourismuswissenschaft als institutionalisierte Tourismusforschung aufgrund eines einheitlichen wissenschaftlichen Paradigmas für den Bereich Tourismus als globales Phänomen

In den letzten Jahren nun beginnt die Fremdenverkehrswissenschaft – oft von ihren Rändern her – mit sich selber unzufrieden zu werden, wird sensibel für ihre Begrenztheit und sucht nach Wegen zu einer breiter fundierten Tourismuswissenschaft führen (Spode 1995). Doch kann es überhaupt eine Tourismuswissenschaft geben? Vereinzelt träumen von einer großen einheitlichen Tourismustheorie – so einer Art vereinigter Mikro- und Makrotheorie, ähnlich der kompinierten Quanten – und Relativitätstheorie bzw. Grand Unified Theorie als Hoffnungsobjekt der Kosmologen. Andere lehnen die Bezeichnung Tourismuswissenschaft gänzlich ab (Mazanec 1991).

***Wir sollten uns hüten, die Tourismusforschung als eigenständige wissenschaftliche Disziplin zu betrachten, die ihre Grundlagen für die Erkenntnisse aus verschiedenen Wissenschaftsgebieten bezieht. Eine eigenständige Tourismuswissenschaft kann es nicht geben weil eine Isolierung weder vom Begriff her noch vom systemtheoretischen Ansatz her sinnvoll erscheint.*** (Müller 1996)

Seit Anfang der 90er Jahre, findet eine intensive Diskussion darüber statt, ob es nun eine eigenständige Tourismuswissenschaft oder eine additive Tourismuswissenschaft geben kann, oder ob der Tourismus lediglich ein Forschungsobjekt bzw. Forschungsgebiet ist (vgl. Sölter 2006). Auf diese Diskussion soll hier nicht weiter eingegangen werden, vergleiche hierzu meinen Artikel Tourismuswissenschaft.

Derzeit mangelt es der Tourismuswissenschaft an einem einheitlichen touristischen Gesamtmodell oder einer verbindenden Theorie des Tourismus sowie Methode (vgl. Freyer 1997). Die Forschergemeinde ist sich also uneinig, es gibt weder eine allgemein akzeptierte Definition des Tourismus, keine einheitlich Theorie sowie Modelle und Methoden. Auch das Image der Tourismusforschung in der Öffentlichkeit leidet stark unter diesen Umständen.

***Der Wissenschaftsferne der Tourismusbranche entspricht umgekehrt die Geringschätzung der Beforschung des Reisens, genauer: des Massenreisens, durch die Wissenschaften. Sei es, dass Tourismus einene Hautgout des Vulgären, Unseriösen hat. Sei es, Dass er sich – trotz ökologischer Kritik – wenig eignet, als drängendes gesellschaftliches „Problem“ definiert zu werden.*** (Hasso Spode, Vorwort in Yoyage 1997)

Wie auch immer sich die Diskussion über den Tourismus als Wissenschaft bzw. die Tourismuswissenschaft entwickeln wird, wünschenswert wäre in jedem Fall zumindest eine noch stärkere Verknüpfung der Einzelwissenschaften an den deutschen Hochschulen zu einem Kranz von Einzeldisziplinen, die sich um ein gemeinsames Erkenntnisobjekt herumscharen und interdisziplinär eng zusammenarbeiten (vgl. Hopfinger 4. CBR-Tourismus-Symposium).

## **2. Das Problem der Hochschulen und Hochschullehrer**

Verglichen mit seiner hohen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedeutung ist die Tourismuswissenschaft an deutschen Hochschulen stark unterrepräsentiert (Freyer 1998). Nach Freyer hängen die geringen personellen und finanziellen Kapazitäten mit einer nur geringen Reputation der Tourismus- und Freizeitforschung im Bereich der allgemeinen Wissenschaften zusammen (vgl. Freyer 1998) Da der Tourismus kein Kernproblem der Industriegesellschaften ist, wird er auch nur selten Gegenstand von öffentlich geförderter Forschung (vgl. Pompl 1994). So gilt die Beschäftigung mit dem Tourismus innerhalb der Universitäten eher als Freizeitbeschäftigung statt als echte Wissenschaft (vgl. Freyer 1998). Diese Umstände haben zur Folge, dass Tourismusforschung kaum über desk-research hinausgehen kann. Die Tourismusforschung unterhält auch wenig Unterstützung, so führt Mundt an, das es seines Wissens in den letzten 50 Jahren noch nie ein direkt tourismusbezogenes Forschungsprojekt gegeben hätten, welches von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert wurde. Wie sehr der Tourismus als akademische Disziplin

belächelt wurde, soll der folgende Text zeigen, welcher anlässlich des damaligen Modellversuch „Aufbaustudium Tourismus“ an der Universität Berlin verfasst wurde:

*Zur Zwischenprüfung muss der Studierende der Fachrichtung Tourismus in fünf Minuten drei Koffer packen. Im Examen gilt es das winzige „made in Taiwan“ auf dem „echte antiken“ Silber-Armreifen zu erkennen. Und für die Promotion zum Dr. tour wird aus Neapel ein waschechter Straßenhändler eingeflogen, dessen „einmalige Sonderangebot original Schweizer Uhren“ der Kandidat um 30 (für ein ausreichend) bis 75 Prozent (summa cum laude) herunterhandeln muss. Mensa-Witze können über einen möglichen Studiengang Tourismus können die Experten im Planungsstab der Freien Universität Berlin nicht schrecken. Auf...* (in Modellversuch Tourismus 1981)

Teilweise jedoch, trifft die im Tourismus Forschenden eine gewisse Teilschuld für die geringe wissenschaftliche Reputation des Tourismus. So berichtete der Sprecher des Arbeitskreises „Freizeit- und Tourismusgeographie“ Hans Hopfinger von den vielen Schwierigkeiten die es selbst auf der Weg zu einer stärkeren Verknüpfung der Einzeldisziplinen zu beseitigen gilt. Um nur ein Beispiel zu nenne: Viele Fachkollegen, die sich eher als Sozialwissenschaftler verstehen und nicht immer nur nach den ökonomischen Aspekten von Freizeit und Tourismus fragen wollen, beklagen sich immer wieder heftig, dass Forschung und Lehre in Freizeit und Tourismus an den deutschen Hochschulen in erster Linie von den Wirtschaftswissenschaften dominiert wird (Hopfinger, 4 CBR-Tourismus-Symposium). Nach Vester, haben des die bisherigen Tourismusforscher versäumt, sich der Konzepte, Theorien und empirischen Ergebnisse zu bedienen, die in den einschlägigen speziellen Soziologien zum Bereich der Arbeit und der betrieblichen Organisation vorliegen (vgl. Vester)

Einige Tourismuswissenschaftler erklären mit dem sog. Matthäus-Effekt den Umstand, dass die Tourismuswissenschaft den wissenschaftstheoretischen Anschluss mit Blick auf eine Diskussion über eine Wissenschaftsentwicklung verpasst hat bzw. sich über ihr wissenschaftliches Denken und Handeln keine Gedanken macht (vgl. Wöhler 1998). Der Matthäus-Effekt besagt, dass in der Diskussion über eine Wissenschaftsentwicklung bereits etablierte Tourismus-Wissenschaftler bevorzugt werden, deren Lehrmeinungen bisweilen als überholt bezeichnet werden müssen. Die Schuld wird also den Alten, nicht mehr zeitgemäß forschenden Kollegen zugeschoben. Schuld sind eben immer die anderen.



### Tourismusforschung, Praxis und Politik

Ein anderes Problem für die Tourismusforschung, stellen die Auftraggeber dar. *Einer nur schwer oder gar nicht erkennbaren Logik folgend, bemühen sich insbesondere öffentliche Auftraggeber bei der Vergabe von Forschungsaufträgen intensiv darum, durch die Vorgabe von inhaltlichen und konzeptionellen Kriterien zu erreichen, dass die Ergebnisse der Forschung in weiten Teilen die sofortige Verwertbarkeit im politischen Bereich zulassen oder gar nahe zu legen* (V. Karst 1986). Auch Jurczek kritisiert diesen Umstand in seinem Artikel *Tourismusforschung und Fremdenverkehrsplanung: Hinzu kommt allerdings, das sich der Tourismusforscher bemühen muss, mit den verschiedenen lokalen bzw. regionalen Interessenvertretern (z.B. Kommunalpolitikern, Zimmervermietern, Geschäftsleuten) Kontakt aufzunehmen und deren Sichtweise in seinen fremdenverkehrstheoretischen Überlegungen angemessen berücksichtigen*. Jurczek zieht das Zitat von Krippendorf: „Die Denker.. sind politische Leichtgewichtler. Ihre Empfehlungen bleiben so lange politisch blutarme Theorie, als nicht von der Basis her Druck auf die Politik ausgeübt wird. Die Basis, das sind die Reisenden und dort die Bereisten. Erst, wenn sie nicht mehr mitmachen wenn sie sich nicht mehr alles gefallen lassen, erst dann wird sich auch die ... Realität ändern (Krippendorf 1984 zit in Jurczek 1987) Auch Jurczek kritisiert, das wissenschaftliche fundierte Vorschläge also erst in der Regel nur dann in die tägliche Fremdenverkehrsarbeit eingehen, wenn sie die offizielle Fremdenverkehrspolitik bestätigen und somit legitimieren kann (vgl. Jurczek 1987)

Die Möglichkeiten einer wertfreien, objektiven Tourismusforschung werden durch diese Umstände erhebliche behindert. So verwundert auch nicht folgende Aussage: *Die Praxis hat gelernt, mit den Schwierigkeiten der Tourismusforschung zu leben; man darf von ihr keine quantifizierbaren und schon gar keine im Detail zutreffenden Prognosen erwarten*. (Feldmann 1993) Wie soll man auch von der Tourismusforschung zutreffende Prognosen erwarten, wenn die Forscher in ihrem Handlungsspielraum so erheblich beschnitten werden?

Doch wie wird touristische Forschung unternehmerisch relevant? Viele Probleme und Schwierigkeiten mit denen der Tourismus heute zu kämpfen hat, wurde bereits Jahre zuvor von der Tourismusforschung vorhergesagt. Jedoch wurden die Warnungen und Prognosen von der Praxis ignoriert, Chancen und Lösungen die die Tourismusforschung angeboten wurden, wurden einfach ignoriert oder zu spät eingesetzt. Praktiker und Politiker erwarten von der Wissenschaft zwar empirisch belegte Entscheidungshilfen, etwa in der Form von Handlungsalternativen und der Abschätzung ihrer Folgen, aber keine Entscheidungen. Denn

für die Politiker ist nach wie vor der Mehrheitswille der Bevölkerung vorrangig und nicht die Meinung kritischer und mitunter dogmatischer Wissenschaftler (P. Haimayer Tourismusforschung im...).

Der Dialog zwischen Tourismusforschung einerseits und Politik andererseits wird allgemein als nicht optimal eingestuft. Eine Ursache dafür ist in den bekannten Strukturmängeln **abgeschotteter Ressortpolitik** zu sehen, die in Doppelarbeit und Ineffizienz resultieren. Eine weitere Ursache dürfte darin liegen, dass die Tourismuswissenschaften ganzheitliche Problemanalysen, auf denen eine Tourismuspolitik aufbauen könnte, bisher nicht erarbeitet haben. Die eigentliche Blockade bilden jedoch die gewachsenen **Strukturen der Forschungslandschaft**. Es fehlen ausreichende Voraussetzungen und Anreize für problemorientierte, interdisziplinäre und anwendungsorientierte Forschung (Quelle: Zusammenfassung TAB Nr. 52)

Ein anderes Problem ist, dass viele Untersuchungen und Forschungsergebnisse der Tourismuswissenschaftler gar nicht an die Praktiker gelangen. In der Tourismusforschung herrscht ein mangelnder Wissenstransfer von Wissenschaft in die touristischen Unternehmen. Nicht zuletzt, weil vielfach noch nicht die Notwendigkeit der Markt- bzw. Marketingforschung im Tourismus akzeptiert wird (vgl. Bahrmann Dissertation). Jahrelang hat der Tourismus geboomt und ist schneller als jede andere Wirtschaftsbranche gewachsen, selbst in schlechten Zeiten waren die Zuwachsraten **bisher** stets positiv. Eine Notwendigkeit zur Tourismusforschung oder einer Tourismuswissenschaft, bestand bisher von Seiten der Praktiker nicht. Aber seit ein paar Jahren nun, hat auch der Tourismus mit erheblichen Schwierigkeiten zu kämpfen.

Hopfinger schlägt für den besseren Kontakt zwischen der Tourismuswissenschaft und der Tourismuspraxis die Einrichtung eines Instituts des Deutschen Tourismus vor. Dieses Institut hätte vielfältige Schnittstellenfunktionen, und würde verschiedene Akteure der Tourismuswirtschaft, zu einem verbindlichen Gespräch an einen Tisch bringen.

## Erwartungen an die Tourismusforschung

<b>Forscher</b>	<b>Praxis</b>
Theoretischer Aspekt	Spezielle Problemlösungen
Freiheit der Forschung und der Inhalten	Praktische Verwertung der Ergebnisse
Lange Laufzeit	Kurze Laufzeit
Veröffentlichung der Forschungsergebnisse	Geheimhaltung der Ergebnisse
Kosten weniger wichtig	Kosten sehr wichtig

## Tourismusforschung und Reisende

Die Tourismusforschung steht heutzutage häufig vor dem Problem, dass die Ergebnisse und Inhalte ihrer Untersuchungen zu wenig konkret sind. Nehmen wir als Beispiel die Reiseanalyse, sie untersuchte ausschließlich das Urlaubsgeschehen qualitativ und quantitativ. Eine Schwäche war z.B. dass die Interviews zur Reiseanalyse nur einmal im Jahr durchgeführt wurden. Dies führte dazu, dass die Befragten einen Teil der Reisen des Vorjahres vergessen hatten und deshalb nicht über diese Reisen berichten konnten. Ein anderes Problem der Reiseanalyse, stellten die Selbstberichte der Befragten dar. So weisen Prah/Steinecke (zitiert in Braun 1993) drauf hin, dass Selbstdarstellungsmotive und soziale Erwünschtheit die Datenerhebung beeinträchtigen können. Es liegt also nahe, dass die Befragten teilweise Dinge berichteten, die sie positiv darstellen. Wer würde denn schon gerne zugeben, dass er als Sextourist nach Thailand reist? Ein anderes Problem stellten auch die Interviewer dar. Ist der Befragte dem Interviewer freundlich gesinnt? Findet er ihn sympathisch? Diese Umstände können erheblich die Ergebnisse von Interviews beeinflussen. Eines der schwerwiegendsten Probleme, ist die Nichtbeantwortung einzelner oder aller Fragen, denn dies kann eine Beeinträchtigung der Schlussfolgerung durch systematische Fehler bedeuten (vgl. Bosold 1993). Als Ergebnis seiner Untersuchungen, erhält der Tourismusforscher nicht selten nur Willensäußerungen, die lediglich ein Stimmungsbild liefern und unterschiedliche Interpretationen zulassen. In der Regel, ist davon auszugehen, dass es sich bei den

Meinungen, Einstellungen und Werthaltungen von Menschen um sehr leicht zu beeinflussende, störanfällige Untersuchungsgegenstände handelt, daher ist eine sog. weiche Methode notwendig, um den Informationsfluss so gering wie möglich zu halten (vgl. W. Meyer: Befragungsmethoden in der Tourismusforschung) Eine andere Problemgruppe bei touristischen Erhebungen, stellen die Gruppe der Nicht-Reisenden dar. In Befragungen zu ihrem Reiseverhalten, fühlen sich diese Personen dazu gezwungen sich für die Unterlassung eines Verhaltens zu rechtfertigen.

### **Aufgaben der Tourismusforschung**

Eine der Aufgaben der Tourismusforschung, ist das Erfassen des Wirkungsgefüges „Fremdenverkehr“ oder „Tourismus“ unter Berücksichtigung ökonomischer ökologischer, politischer und sozio-kultureller Faktoren in Analyse, Diagnose und Planung. Die Tourismusforschung muss auf Gefährdungen die durch den Tourismus für Ökonomie, Gesellschaft und Ökologie entstehen können hinweisen und nötige Handlungsalternativen erarbeiten. Während die Tourismusforschung zahlreiche Erkenntnisse hinsichtlich der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der Attraktivität und des Images von Urlaubszielen/Reiseformen zusammengetragen hat, findet sich im Bereich der touristischen Motivationsforschung ein enormer Forschungsbedarf (vgl. MUNDT 2001). Bedingt durch diesen Umstand, bezeichnet GÜNTHER (2004) die „erklärende“ Urlaubsreisemotivationsforschung als „blinden Fleck“ der Tourismusforschung. Obwohl die große Bedeutung der Motivation auch im touristischen Kontext außer Frage steht, findet in der deutschsprachigen (vgl. BRAUN 1993a, KRAUSS 1993, BÖDEKER 2003) sowie auch der angloamerikanischen (vgl. UYSAL/HAGAN 1993) Tourismusforschung keine grundlegende Auseinandersetzung mit dem Motivationsprozess selbst statt. Nicht umsonst bezeichnet Kliem (2003) die Motivationspsychologie als Grundlage der Tourismusforschung, allerdings besteht hier auch in Zukunft erheblicher Forschungsbedarf.

## Methoden in der Tourismusforschung

- Befragung
- Beobachtung
- Experiment
- Messung
- Inhaltsanalyse

Anwendungsgebiet	Methode	Beispiel
Entwicklung eines Tourismussystem	Modellbildung mit Deduktion aus Systemtheorie Quantifizierung der Wirkungen mit Hilfe einer Delphi Expertenrunde	Tourismussystem von Kaspar
Erhebung der Tourismusnachfrage und deren Struktur	repräsentative schriftliche oder mündliche Befragungen	Reisemarkt Schweiz
Erhebung des Angebotes	Vollerhebung aufgrund einer schriftlichen Meldepflicht	Tourismusstatistik des Bundesamtes für Statistik
Entwicklung von Nachfragesegmenten	Clusteranalyse von Daten zu den Reisemotiven	.
Ableitung von Zukunftsprognosen zur Nachfrage	Deduktion aus Prognosen aus anderen Lebensbereichen (qualitative Resultate)	
Erhebung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus	Modellbildung und Hochrechnung auf der Basis von durch Umfragen erhobenen Teilresultaten	vgl. Entwicklung der Tourismus Satellitenkontos
Erhebung der kulturellen oder der ökologischen Effekte des Tourismus	Beobachtung	
Leitbildentwicklung	Partizipationsmethoden wie Zukunftswerkstatt	.

### Marktforschung im Tourismus

Da bei der allgemeinen Tourismusforschung oftmals kritisiert wird, dass sie über desk research bzw. touristische Marktforschung nicht hinauskommt, soll hier die geschichtliche Entwicklung der Marktforschung im Tourismus, sowie die Primär- und Sekundärforschung im Blickpunkt der touristischen Marktforschung näher erläutert werden. Touristische Marktforschung wird von privaten Instituten sowie teilweise auch von Universitäten mit touristischer Schwerpunktsetzung betrieben. Nutzer der touristischen Marktforschung sind vor allem die Tourismus-Praxis bzw. die Unternehmen der Tourismuswirtschaft. Sie nutzen die durch Forschung gewonnen Daten für ihre strategische Planung, Produktentwicklung, Maßnahmenplanung, Erfolgskontrolle und Teilweise für ihre Pressearbeit (Quelle nach Daten von Wiedman)

### Historische Entwicklung der Tourismusmarktforschung

Die Entwicklung der touristischen Marketingforschung steht in einem engen Zusammenhang mit der Entwicklung im touristischen Marketing (Seitz / Meyer 1998).

1950	Gesellschaftliche und wissenschaftliche Aspekte des Reise- und Urlaubsverhaltens (Institut für Demoskopie Allensbach) Eine sozialpsychologische Studie unter Arbeitern und Angestellten zum Thema „Die Freizeit“ wurde 1958 durchgeführt. 1961 erfolgte eine Studie zum Urlaubs- und Gesellschaftsverhalten.
1950	Alle Aspekte des Fremdenverkehrs (u.a. Angebot und Nachfrage) – Gründung des DWIF
1951-1959	Reiseabsichten (Anzahl Reisen, bevorzugte Ziele) (EMNID Institut)
1954-1968	Fragen zu Verkehrsmitteln, Unterkunftsart, Reisegewohnheiten und Reiseintensität etc. Trendbetrachtungen (DIVO-Institut)
1962	Zusatzbefragung zum Mikrozensus (Statistisches Bundesamt)
1970-1994	Reiseanalyse (RA) des Studienkreises für Tourismus, Starnberg (Infratest; Marplan) – ab 1995 (F.U.R-Reiseanalyse) durch N.I.T., Kiel weitergeführt & Ipsos Deutschland (Feldarbeit)
1979	Gründung des BAT-Freizeitforschungsinstituts – beschäftigt sich mit gesellschaftsrelevanten Fragen von Freizeit, Tourismus und Zukunft. „deutsche Tourismusanalyse“ erst seit 1985
1987	TouristScope entwickelt von Infratest Sozialforschung in Zusammenarbeit mit Marktführern in der Tourismusbranche. Untersuchungsgegenstand sind alle Reisen ab einer Dauer von 5. Tagen
1988	Deutscher Reisemonitor – Institut IPK-International: Erfasst der Reiseverhalten aller Bundesbürger über 14 Jahre im In- und Ausland
1996	DGT-Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft, auf der ITB 1996 gegründet, Förderung der Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Fragen von Freizeit und Tourismus.

Die touristische Marktforschung hat allerdings auch Grenzen, zwar liefern all diese touristischen Großerhebungen der Tourismuswirtschaft Basisdaten, mit denen Entwicklungen im Reiseverhalten der Bevölkerung dargestellt und analysiert werden können (Bessel/Hallerbach 2003) jedoch können all diese Erhebungen die zukünftige Entwicklung des Reisemarktes nicht sicher vorhersagen. Die touristische Marktforschung bietet eine Grundlage für unternehmerische Entscheidungen aber sie hat eben auch Grenzen.

### **Primär- und Sekundärforschung im Tourismus (touristische Marktforschung)**

Bei der Sekundärforschung werden aus Kostengründen, bereits vorhandene interne oder externe Daten analysiert. Die Datenbasis der internen Sekundärforschung bezieht sich auf interne Betriebsdaten, den Betrieb oder den Verband betreffend. Externe Quellen beziehen sich in der Regel auf den Markt und das Marktgeschehen (Freyer 1997). Große Unternehmen haben teilweise den Vorteil das sie auf eigenes, bereits vorhandenes Datenmaterial (aus z.B. früher in Auftrag gegebenen Studien) zurückgreifen können. Bei der Sekundärforschung, welche auch desk research genannt wird, kommen hauptsächlich folgende Informationsquellen zum Einsatz:

- Internes Datenmaterial
- Amtliche Statistiken
- Verbandsstatistiken
- Presseberichte

Allgemein kann bei der Datenbeschaffung zwischen internen und externen Quellen unterschieden werden. Externe Quellen sind z.B. amtliche Statistiken (Beherbergungsstatistiken, Verkehrsstatistiken), Bevölkerungsrepräsentative Erhebungen wie z.B. die Reiseanalyse bzw. Urlaub und Reisen, Deutscher Reisemonitor, European Travel Monitor, Pressemeldungen, Geschäftsberichte, Marktanalyse von Verlagen. Zu den internen Informationsquellen zählen z.B.: Kundenkartei und Dokumentation, betriebliches Rechnungswesen, interne Datenbanken usw. Dieser Rückgriff auf bereits im Rahmen der Tourismusforschung erhobenes Material bietet erste grundlegende Informationen für den Marketingeinsatz (Barth/Benden/Theis 1994) Für Sekundärforschung ist in der Regel kein Marktforschungsinstitut oder eine eigene Marktforschungsabteilung notwendig,

Sekundärforschung kann somit von jedem Unternehmer recht leicht und kostengünstig betrieben werden.

### **Primärforschung im Tourismus**

Reichen die gewonnenen Daten aus der Sekundärforschung nicht aus, so sind eigene Marktuntersuchungen durchzuführen. Primärforschung wird vor allem dann durchgeführt, wenn die betriebsspezifischen Fragestellungen eines Unternehmens mit dem aus der Sekundärforschung erhobenen Datenmaterial nicht beantwortet werden können. Unter der Primärforschung kann somit die Beschaffung von originärer, bisher nicht bekannter Daten zu einem bestimmten Zweck mit Hilfe von:

- Befragung
- Marktbeobachtung
- Experimenten

Die einzelnen Erhebungsmethoden sollen hier nicht weiter erläutert werden, hierzu wird auf die einschlägige Literatur z.B. Freyer: Tourismus-Marketing 2. Auflage od. Dettmer/Hausmann: Tourismus-Marketing-Management 1. Auflage verwiesen.

### **Anforderungen an die Tourismusforschung**

Nach H.R. Müller sollte die Tourismusforschung folgenden Anforderungen gerecht werden:

- **Umfassende Tourismusforschung:** Gemeint ist eine gesamtheitliche, interdisziplinäre Tourismusforschung. In der Tourismusforschung dürfen nicht nur einzelne Aspekte des Tourismus (z.B. nur ökonomische oder ökologische Faktoren) betrachtet werden, sondern das Phänomen Tourismus muss als Ganzes erfasst und beforscht werden. So muss eine inter-, multidisziplinäre Tourismusforschung, den Anspruch haben, das Phänomen Tourismus in seiner Gesamtheit zu erfassen.



- **Problem- und praxisorientierte Tourismusforschung:** Die Tourismusforschung darf nicht Selbstzweck sein. Die gewonnenen Forschungsergebnisse sollen und müssen in der Praxis umgesetzt werden können. Eine problemorientierte Tourismusforschung bedeutet somit zugleich praxisbezogene Tourismusforschung. Die Praxis braucht vor allem möglichst wertneutrale und unverfälschte Fakten, die jedoch trotzdem aussagefähig sind.
- **Zukunftsbezogene Tourismusforschung:** Eine Tourismusforschung, die sich an zukünftigen Herausforderungen orientiert und Lehre, Forschung und Beratung als vorausgedachte Praxis versteht. Die Tourismusforschung muss es der Praxis ermöglichen nicht bloß auf bereits eingetretene Missstände zu reagieren, sondern das Verhalten frühzeitig auf eine voraussichtliche, zukünftige Situation auszurichten und zu agieren. Die Ergebnisse der Tourismusforschung dienen Tourismuswirtschaft, Tourismuspraxis und Tourismuspolitik als Grundlage für die Beurteilung und Abschätzung aktueller und zukünftiger Entwicklungen im Tourismus.

*Eine wichtige Aufgabe der Tourismusforschung sollte es daher sein, Unsicherheiten beim Blick in die Zukunft möglichst zu minimieren, indem mit Hilfe interdisziplinärer Ansätze der demografische Wandel periodisch – unter Berücksichtigung touristischer Aspekte, wie z. B. die Entwicklung der Reisemotive und des Reiseverhaltens in verschiedenen Altersgruppen – beobachtet und analysiert wird. (TA-Projekt: Zukunftstrends im Tourismus)*

**Eine wirklich zukunftsorientierte Tourismusforschung müsste sich also mehr als bisher auch als Hemmnisforschung verstehen und sich zentral der Frage zuwenden: Warum reagiert der Verbraucher nicht so, wie es ihm sein ökonomischer Verstand eigentlich lehrt?**

(Opaschowski 2003)

- **Kritische und engagierte Tourismusforschung:** Die touristische Forschung soll bestehende Schwächen und Missstände, sowie Tendenzen, die zu solchen führen können, schonungslos aufdecken. Sie soll Möglichkeiten zu einer Beseitigung bzw. einer Verhinderung des Eintretens solcher Schwächen und Missstände klar aufzeigen. Die engagierte Tourismusforschung begnügt sich nicht bloss mit der Publikation ihrer Forschungsergebnisse, sondern setzt sich auch für die Umsetzung der als richtig erachteten Problemlösungen ein. (Quelle: H.R. Müller: Freizeit und Tourismus)
- **Einheit von Tourismusforschung und Tourismuslehre:** Die Lehre ohne Forschung käme einer auf Theorien aufgebauten Darstellung der touristischen Wissensgebiete

gleich. Die aus der Forschung gewonnen Ergebnisse müssen in die Lehre integriert werden.

### **Als neue Forschungsparadigmen nennt Müller (Freizeit und Tourismus):**

- Vom reduktionistischen zum systemischen Forschungsansatz
- Vom statischen zum prozessorientierten Forschungsansatz
- Vom deskriptiven zum problem- resp. konfliktorientierten Forschungsansatz
- Vom analytischen zum umsetzungsorientierten Forschungsansatz
- Vom quantitativen zu einem qualitativen Forschungsansatz
- Von einem wertfreien zu einem verantwortungsvollen Forschungsansatz
- Von der Überschätzung zu einer neuen Bescheidenheit in der Forschung

### **Zukünftige Aufgaben der Tourismusforschung**

Eine wichtige Aufgabe sollte es sein, die Aufgaben und Gebiete der Tourismusforschung einem breiten Publikum vorzustellen. Einen sehr lobenswerten Versuch in diese Richtung, hat z.B. der Professor für Fremdenverkehrsgeographie Christoph Becker mit der Broschüre „Einblicke in die Tourismusforschung“ unternommen. Ein Ziel dieser Broschüre war es einerseits, auch Laien wie z.B. Abiturienten, die an ein Tourismusstudium denken, eine Übersicht über Themen, Problemfelder, Methoden, Modelle und Ergebnisse der Tourismusforschung vorzustellen. Auf der anderen Seite sollte jedoch mit dieser Broschüre auch Imagewerbung für die Tourismusforschung betrieben werden.

Ein weiteres Ziel sollte es sein, das die touristische Forschergemeinde endlich einen Konsens über die wissenschaftliche Stellung des Tourismus bzw. über die Tourismuswissenschaft findet. Ist es wirklich sinnvoll die Fixierung der Tourismusforschung auf die Praxis durch eine Theorie des Tourismus bzw. eine Tourismuswissenschaft zu überwinden? Die Universitäten bzw. deren Professoren müssen Werbung in eigener Sache betreiben. Denn es mutet irgendwie seltsam an, das Forschungsaufträge eher an touristische Marktforschungsinstitute statt an die Universitäten vergeben werden. Die Unternehmen treten an die von den Professoren ausgebildeten Betriebswirte heran, anstatt sich an ihre Lehrmeister die Professoren bzw. die Universität zu wenden. In Österreich wird bereits seit 1994 auf der

sog. „Transferplattform Tourismusforschung“ Studien, Forschungsberichte und Tagungsunterlagen (so genannte "graue Literatur") zum österreichischen Tourismus dokumentiert. Die Gründung einer ähnlichen Einrichtung in Deutschland wäre auch sehr wünschenswert.

Nach Meder, braucht der Wissenschaftsstandort Deutschland ein Institut in dem alle Disziplinen die den Tourismus analysieren und beforschen vereinigt sind und ihre Teilprobleme behandeln. Einen ähnlichen Vorschlag unterbreitet auch Nahrstedt, er schlägt die Errichtung eines Institut für Tourismuswissenschaft vor, welches als Clearings-, Dokumentations- und Beratungsstelle sowie als Schrittmacher für die Entwicklung und Qualifizierung der Tourismuswissenschaft durch Tourismusforschung errichtet wird (Nahrstedt 1995)

Da eine übergreifende (institutionell verankerte) Tourismusforschung noch aussteht, sind jeweilige Betrachtungsperspektiven, Erkenntnisziele und Umsetzungsbereiche um so dringender zu präzisieren (Gyr, Tourismus und Tourismusforschung). Aufgabe einer kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung solle es sein, eine differenzierte Sichtweise zu entwickeln und das negative Image, das beispielsweise dem Massentourismus anhaftet, zugunsten soziokultureller Fragestellungen aufzulösen und damit gesamtgesellschaftliche Bezüge mit einzubeziehen (Schrukta-Rechtenstamm 1999)

### **Literatur:**

- Bachleitner Rheinhardt: Tourismussoziologie oder zur Soziologie des Reisens
- Barth/Benden/Theis: Hotel-Marketing 1994 1. Auflage
- Bessel / Hallerbach: Touristische Großerhebungen – in Becker/Hopfinger/Steinecke: Geographie der Freizeit und des Tourismus 1. Auflage
- Bieger, Thomas: Tourismusforschung – Marktlücken und weisse Felder aus Sicht der Tourismuspraxis 1994 in Zeitschrift für Fremdenverkehr 4 / 1994
- Bieger: Tourismuslehre 2004
- Bericht des Ausschusses für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung (18. Ausschuss) gemäß § 56a der Geschäftsordnung Technikfolgenabschätzung (TA): TA-Projekt: Zukunftstrends im Tourismus

- Braun Ottmar: Vom Alltagsstress zur Urlaubszufriedenheit – Untersuchungen zur Psychologie des Touristen 1993
- Freyer, Walter: Tourismuswirtschaft an der TU Dresden – Chance für Wissenschaft und Praxis 1998
- Freyer, Walter: Tourismus-Marketing - Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft 2. Auflage 1997
- Gleichmann Peter: Zur Soziologie des Fremdenverkehrs – in Wissenschaftliche Aspekte des Fremdenverkehrs 1969
- Gyr Ueli: Tourismus und Tourismusforschung. In: Rolf W. Brednich (Hg.): Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie. Dritte, überarbeitete und erweiterte Aufl. Berlin 2001, 469-489.
- Gohlis, Henning, Kagelmann, Kramer, Spode: Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung 1997 (Interview mit Krippendorf)
- Hahn H., Kagelmann, H.J. (Hrsg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft (1993)
- Hopfinger Hans: Tourismuswissenschaft und Tourismuspraxis im Dialog / in 4.CBR – Symposium in der Neuen Messe München 2001
- Nahrstedt/Piwodda,/Vodde: Tourismuswissenschaft – Praxis und Theorie im Dialog 1995
- Hopfinger Hans: Theorien im Tourismus. „Zur theoriebezogenen Anschlussfähigkeit der Freizeit- und Tourismusgeographie.“ In Brittner-Widmann, Quack, Wachowiak: Von Erholungsräumen zu Tourismusdestinationen 2004)
- Hömberg, Ehrendtraud: Reisen – zwischen Kritik und Analyse – Zum Stand der Tourismusforschung -. In: Zeitschrift für Kulturaustausch 3/ 1978, Stuttgart, S. 39)
- Hunziker Walter: Fremdenverkehrslehre 1942
- Hunziker Walter: System und Hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre 1943
- Mazanec Josef: Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs, Hospitality, Management Tourismusforschung – Versuch einer SWOT-Analyse – 50 Jahre touristische und verkehrswissenschaftliche Lehre und Forschung an der Hochschule St. Gallen
- Nahrstedt/Piwodda,/Vodde: Tourismuswissenschaft – Praxis und Theorie im Dialog 1995
- Meyer, W: Befragungsmethoden in der Tourismusforschung in Studienkreis für Tourismus 1969

- Mundt: Einführung in den Tourismus 2001
- Mundt: Tourismusforschung vor neuen Herausforderungen: Der Blick auf die „beste“ Generation – in 7 C-B-R- Tourismus-Symposium 2004
- Müller H.R.: Freizeit und Tourismus 1996
- Opaschowski: Tourismusforschung 1989
- Opaschowski: Vortrag BTW-Tourismuskongress 2003
- Markus Wilhelm: Der Exzeß- Notizen zum Massentourismus
- Pompl: Tourismuswissenschaft zwischen Paradigmasuche und Koalition – in AIEST Tourismus-Forschung: Erfolge, Fehlschläge und ungelöste Probleme 1994
- Schadlbauer: Entwicklungen und Tendenzen bei der Definition des Tourismus – in Steinecke Geographie der Freizeit und des Fremdenverkehrs
- Schrukta-Rechtenstamm: Tourismus und Volkskunde – Überblick und Perspektiven der kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung – in Ethnographica Hungarica, 44 (3-4) 1999
- Schäfer, Margit: Die Verantwortung einer multidisziplinären Tourismuswissenschaft - Das Paradigma einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in Tourismus Journal, Heft 3/2003, S. 377-396
- Seitz/Meyer: Tourismusmarktforschung – in Roth/Schrand Touristikmarketing 3. Auflage 1998.
- Schimany: Tourismussoziologie zwischen Begrenzung und Entgrenzung – in Grenzenlose Gesellschaft - Grenzenloser Tourismus? Neue Ergebnisse der Tourismussoziologie.
- Sölter Marc: Artikel „Tourismuswissenschaft“ <http://dr-schnaggels2000.surfino.info/Tourismuswissenschaft-1.html>
- Sölter Marc: Artikel „Geschichte der Tourismuswissenschaft / Tourismusforschung“ [http://dr-schnaggels2000.surfino.info/Geschichte\\_der\\_Tourismuswissenschaft.html](http://dr-schnaggels2000.surfino.info/Geschichte_der_Tourismuswissenschaft.html)
- Spode Hasso: "Reif für die Insel". Prolegomena zu einer historischen Anthropologie des Tourismus. In: Cantauw, Christiane (Hrsg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag, Münster/New York 1995 (Beiträge zur Volkskunde in Nordwestdeutschland 88).
- Steinbach: Tourismus – Einführung in das räumlich-zeitliche System
- Vester, Heinz-Günter: Die soziale Organisation des Tourismus Ein soziologischer Bezugsrahmen für die Tourismuswissenschaft

- Wiedman Sybille: Probleme und Lösungsansätze bei der Tourismusmarktforschung am Beispiel Bayern – Vortrag auf der ITB
- Wöhler, Kh. (2000): Perspektiven der Tourismusforschung im deutschsprachigen Raum, in: Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft
- Wöhler, Kh: Sozialwissenschaftliche Tourismusforschung im vorparadigmatischen Zustand – in Bachleitner/Kagelmann/Keul: Der durchschaute Tourist – Arbeiten zur Tourismusforschung
- TAB: Zusammenfassung des TAB-Arbeitsberichtes Nr. 52 "Entwicklung und Folgen des Tourismus"