

# **Tourismusförderung in der kommunalen Praxis**

Strategien – Organisation –  
Marketing – Kooperation – Förderung –  
Finanzierung

Von

**Roland Thomas**

Hauptreferent beim Städte-und  
Gemeindebund Nordrhein-Westfalen

---

ERICH SCHMIDT VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Daten sind im Internet über [dnb.ddb.de](http://dnb.ddb.de) abrufbar.

**Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter**

[ESV.info/978 3 503 11020 9](http://ESV.info/9783503110209)

ISBN 978 3 503 11020 9

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2008  
[www.ESV.info](http://www.ESV.info)

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen  
der Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft  
für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und  
entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm  
Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Satz: multitext, Berlin

Druck: Druckerei Strauss, Mörlenbach

# Inhaltsverzeichnis

	Seite	Rand- nummern
Vorwort .....	5	
Inhaltsverzeichnis .....	7	
Abkürzungsverzeichnis .....	9	
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>13</b>	<b>1–20</b>
1.1 Rahmenbedingungen des Kommunalen Tourismus .....	14	2– 6
1.1.1 Globalisierung der Weltökonomie .....	14	2
1.1.2 Wachstum der Reiseströme .....	14	3
1.1.3 Demographische Entwicklung, sozialstruktureller Wandel.	14	4
1.1.4 Tourismus und Umwelt. ....	16	5
1.1.5 Informationsgesellschaft .....	17	6
1.2 Die Touristische Nachfragesituation .....	18	7–16
1.2.1 Touristische Nachfrage weltweit .....	18	7
1.2.2 Die europäische Ebene. ....	18	8
1.2.3 Der Tourismusstandort Deutschland .....	19	9–11
1.2.4 Tourismus in Zahlen – Die wirtschaftliche Bedeutung der Branche .....	20	12–16
1.3 Tourismuswissenschaftliche Grundlagen. ....	25	17–20
1.3.1 Definition Tourismus, Tourismusförderung .....	25	17–18
1.3.2 Geschichte und aktuelle Entwicklungen im Tourismus....	30	19–20
<b>2. Entwicklung Kommunalen bzw. Regionaler Tourismus- Strategien</b> .....	<b>33</b>	<b>21–86</b>
2.1 Kommunale Tourismusstrategie .....	33	21–23
2.2 Qualitätsmerkmale einer kommunalen Tourismusstrategie.	37	24–86
2.2.1 Nachhaltiger Tourismus .....	37	24–29
2.2.2 Offensives Herangehen an die demographische Ent- wicklung .....	45	30–33
2.2.3 Barrierefreier Tourismus .....	55	34–51
2.2.4 Kooperation im Tourismus .....	74	52–57
2.2.5 Organisationsformen der Touristischen Kooperation .....	81	58–63
2.2.6 Marketing .....	89	64–68
2.2.7 Exkurs: Marktforschung .....	94	69–71
2.2.8 Marketing-Strategie .....	96	72
2.2.9 Statistik .....	98	73–77
2.2.10 Marketing-Instrumente .....	102	78–83
2.2.11 Ausbildung .....	108	84–86

	Seite	Rand- nummern
<b>3. Kommunale Touristische Produkte</b> . . . . .	113	87–162
3.1 Trends oder nachhaltige Entwicklung – eine strategische Entscheidung . . . . .	113	87– 88
3.2 Urlaubsarten – Touristische Produkte . . . . .	115	89
3.2.1 Städtetourismus . . . . .	115	90– 96
3.2.2 Städtepartnerschaft als Reiseanlass . . . . .	121	97– 98
3.2.3 Kulturtourismus . . . . .	124	99–103
3.2.4 Tourismus im ländlichen Raum . . . . .	130	104–106
3.2.5 Geschäftsreisen . . . . .	136	107
3.2.6 Kongress- und Tagungstourismus . . . . .	137	108–109
3.2.7 Freizeit und Tagestourismus . . . . .	139	110–117
3.2.8 Gesundheitstourismus . . . . .	147	118–119
3.2.9 Kurtourismus und Kurwesen . . . . .	149	120–122
3.2.10 Wandern . . . . .	155	123–138
3.2.11 Fahrradtourismus . . . . .	178	139–151
3.2.11.1 Situation des Fahrradtourismus . . . . .	178	139–141
3.2.11.2 Kommunale touristische Radverkehrsstrategie . . . . .	182	142–151
3.2.11.2.1 Rad-Urlaub . . . . .	182	143–146
3.2.11.2.2 Rad-Fahren vor Ort . . . . .	188	147–151
3.2.12 Weitere touristische Produkte . . . . .	191	152–162
3.2.12.1 Themenreisen . . . . .	191	152–153
3.2.12.2 Sporttourismus . . . . .	193	154
3.2.12.3 Kinder- und Jugendreisen . . . . .	199	155–156
3.2.12.4 Camping, Wohnmobilismus . . . . .	202	157–162
<b>4. Finanzierung kommunaler Tourismus-Strategien</b> . . . . .	211	163–216
4.1 Grundsätzliche Überlegungen . . . . .	211	163–169
4.2 Staatliche Fördermittel . . . . .	219	170–216
4.2.1 Europäische Ebene . . . . .	219	171–175
4.2.2 Bund . . . . .	225	176–183
4.2.3 Länderprogramme . . . . .	230	184–189
4.2.4 Hinweise zur kommunalen Beteiligung an europäischen Förderprogrammen . . . . .	233	190
4.2.5 Kur- und Fremdenverkehrsbeiträge . . . . .	234	191–210
4.2.5.1 Finanzielle Dimension . . . . .	236	193
4.2.5.2 Rechtliche Aspekte der Erhebung von Kur- und Fremden- verkehrsbeiträgen . . . . .	236	194–210
4.2.5.2.1 Erhebungsberechtigte Gemeinden . . . . .	236	194–198
4.2.5.2.2 Beitragsgegenstand . . . . .	239	199
4.2.5.2.3 Erhebungsgebiet . . . . .	240	200
4.2.5.2.4 Beitragspflichtige . . . . .	240	201–206
4.2.5.2.5 Beitragsmaßstab . . . . .	245	207–210
4.2.6 Zweitwohnungssteuer . . . . .	247	211–216
Literaturverzeichnis . . . . .	251	
Stichwortverzeichnis . . . . .	255	