

Axel Dreyer (Hrsg.)

**Tourismus und Sport**

# GABLER EDITION WISSENSCHAFT

## **Harzer wirtschaftswissenschaftliche Schriften**

Herausgegeben vom Fachbereich  
Wirtschaftswissenschaften der FH Harz

In den „Harzer wirtschaftswissenschaftlichen Schriften“ werden Beiträge zu aktuellen ökonomischen Fragestellungen veröffentlicht. Die FH Harz in Wernigerode, an der ehemaligen Nahtstelle zwischen Ost und West gelegen, leistet mit dieser Reihe des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften einen Beitrag zur Erfüllung der Brückenfunktion zwischen Theorie und Praxis, zwischen Wirtschaft, Technik und Kultur.

Axel Dreyer (Hrsg.)

# **Tourismus und Sport**

Wirtschaftliche, soziologische und  
gesundheitliche Aspekte des Sport-Tourismus

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme  
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei  
Der Deutschen Bibliothek erhältlich

1. Auflage September 2002

Alle Rechte vorbehalten

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2002

Ursprünglich erschienen bei Deutscher Universitäts Verlag 2002.

Lektorat: Brigitte Siegel / Stefanie Loyal

Der Deutsche Universitäts-Verlag ist ein Unternehmen der  
Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.  
[www.duv.de](http://www.duv.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

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.

Umschlaggestaltung: Regine Zimmer, Dipl.-Designerin, Frankfurt/Main

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN 978-3-8244-7605-3

ISBN 978-3-663-09049-6 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-663-09049-6

## Einführung des Herausgebers

Die Deutschen sind ein Volk der Reise-Weltmeister und der Sport-Interessierten. Auf Reisen spielt der Sport als *eine* Urlaubsaktivität *unter mehreren* eine ernst zu nehmende Rolle. Hingegen ist das aktive Sport treiben als *Hauptmotiv* einer Reise, betrachtet man den Marktanteil dieser Art von „Sporturlaub“, eher von untergeordneter Bedeutung. Ausnahmen stellen die Volkssportarten Wandern, Rad fahren und vielleicht noch der Skisport dar.

Geprägt ist der Sportreisemarkt aber nicht nur durch diese, sondern vielmehr durch eine großes Spektrum unterschiedlichster Sportarten, wodurch er sich als sehr inhomogen und unübersichtlich erweist. Aus diesem Grund ist auch nur wenig seriöses Zahlenmaterial vorhanden, auf das man zurückgreifen kann.

Die Tourismusbranche sieht den Sport (bisher) eher als eine Randerscheinung. In Ansätzen ist allerdings ein deutlich **zunehmendes Interesse am Zusammenwirken von Tourismus und Sport** in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erkennbar, was die folgenden Beispiele belegen:

- Im Frühjahr 2001 fand unter der Schirmherrschaft von IOC und WTO erstmals eine **Weltkonferenz „Sport und Tourismus“** mit 800 Teilnehmern in Barcelona statt.
- 2002 wurde u.a. die 3. Konferenz zum Winter-Sport-Tourismus unter der Schirmherrschaft der WTO abgehalten und das dänische NOK war an der Organisation einer Tagung zu Sport-Events in Kopenhagen beteiligt.
- In Sachsen-Anhalt gibt es seit einigen Jahren eine Arbeitsgruppe Sport und Tourismus mit Vertretern aus beiden Lagern. Kürzlich wurde in Wernigerode ein „Sportbüro“ eröffnet, das sich um die Belange des Sporttourismus kümmern soll.
- In immer mehr touristischen Destinationen wird der **Sporttourismus als Geschäftsfeld** bearbeitet. In den Alpen betätigen sich die meisten Touristen in irgendeiner Form sportlich. Der Harzer Verkehrsverband hat z.B. den „Sport-Harz“ als Submarke des Harztourismus positioniert und kommuniziert dies mit einem eigenständigen Logo.
- Der Gesundheitstourismus bedient sich verstärkt sportlicher Aktivitäten.
- Der Erlebnisgedanke macht aus immer mehr Sportwettkämpfen große **Schausportveranstaltungen**, die touristisch genutzt werden (können). Dieses Thema wird u.a. auf dem Sportökonomie-Kongress der Sporthochschule Köln im Herbst 2002 aufgegriffen.
- Die Olympischen Spiele in Sydney haben gezeigt, wie fruchtbar eine gute Zusammenarbeit zwischen Veranstaltungsorganistoren und Tourismusvermarktern sein kann.
- Die Zahl individuell und ganzjährig nutzbarer und damit **touristisch interessanter Indoor-Sportanlagen** steigt. Beispiele sind Skihallen (wie z.B. das Alpincenter in Bottrop), Erlebnisbäder oder Sporterlebniscenter (wie z.B. in Wolfsburg).
- Die rapide Zunahme von Sportmanagement-Studiengängen hat die Beschäftigung mit dem Sporttourismus gefördert und wird dies auch weiterhin tun.

Diese Beispiele unterstreichen die nunmehr zunehmende Bedeutung des Sporttourismus. Dieser Tatsache trug die Wissenschaftskonferenz an der Hochschule Harz (Wernigerode) im Spätherbst 2001 Rechnung. In Zusammenarbeit mit Studierenden organisierte der Herausgeber dieses Bandes für die **Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. (DGT)** eine Fachtagung zum Thema „Sport und Tourismus“, die auf enorme Resonanz in Wissenschaft und Wirtschaft stieß. Es konnten Referenten sowohl aus dem Kreis der Tourismus- als auch aus dem Kreis der Sportwissenschaftler gewonnen werden. Neben der - bedingt durch die Ausbildungssituation - traditionell starken Betriebswirtschaftslehre kamen zahlreiche weitere „Mutter“-wissenschaften aus beiden Disziplinen zu Wort, u.a. Vertreter der Geographie, Soziologie, Psychologie und der Volkswirtschaft. Zusammen mit Praktikern (z.B. Managern von Dertour und Robinson) und mehr als 110 Teilnehmern aus sechs Nationen diskutierten sie zwei Tage lang über die Entwicklung, Möglichkeiten und Probleme dieses bisher noch verhältnismäßig unerforschten touristischen Segments.



Dieses Buch präsentiert **die auf der Fachtagung geleisteten Beiträge** und richtet sich damit an Wissenschaftler und Praktiker. Es beinhaltet zahlreiche wissenschaftlichen Impulse in Verbindung mit Anwendungsbeispielen, die der Weiterentwicklung der gesellschaftlichen Bereiche Tourismus und Sport dienlich sind.

Über die in den Beiträgen gegebenen Antworten hinaus werden uns sicherlich folgende Frage noch lange beschäftigen:

- Wie können wir das große Interesse an Sport einerseits und Reisen andererseits für die Entwicklung des Feldes Sportreisen besser nutzen?
- Destinationen entwickeln immer häufiger sporttouristische Geschäftsfelder, weil die Angebote auch den Einheimischen dienen. Wie kann die Kooperation der touristisch bzw. sportlich versierten Fachleute in der Praxis verbessert werden?
- Insbesondere im Reiseverhalten der sportlich orientierten Reisenden gibt es zahlreiche Wissenslücken. Wie kann die Zusammenarbeit zwischen Tourismus- und Sportwissenschaftlern in der Forschung verbessert werden?
- Ökologische Fragen werden in der Gesellschaft derzeit von anderen Problemen überlagert. Wie können wir also Sport und Naturschutz in Einklang bringen?

An dieser Stelle sei den Referenten/-innen und dem studentischen Organisationsteam, die zum – wie ich meine- sehr guten Gelingen der Veranstaltungen einen wesentlichen Beitrag geleistet haben, ein besonderer Dank ausgesprochen. An der Produktion dieses Buches haben dankenswerterweise Diplom-Kauffrau Daniela Dreyer und Kristin Köbber maßgeblich mitgewirkt. Und die Hochschule Harz hat sich bei der Veröffentlichung finanziell engagiert.

**Haben Sie Fragen oder Anregungen?!**

Prof. Dr. Axel Dreyer  
Hochschule Harz  
Friedrichstr. 57-58  
38855 Wernigerode

E-mail: [adreyer@hs-harz.de](mailto:adreyer@hs-harz.de)  
[www.professor-dreyer.de](http://www.professor-dreyer.de)

*Prof. Dr. Axel Dreyer  
Wernigerode, 2002*

**Prof. Dr. rer. pol. Axel Dreyer** ist Professor für Tourismuswirtschaft und Marketing an der Hochschule Harz, Wernigerode, sowie Honorarprofessor für Sportmanagement an der Universität Göttingen.

Zahlreiche Veröffentlichungen zu Marketingthemen im Tourismus. Derzeitige Forschungsschwerpunkte sind: Kundenzufriedenheit und Kunden-Beziehungsmanagement; Sporttourismus; Kulturtourismus; Erlebnismarketing.

## Inhaltsübersicht

Einführung des Herausgebers ( <i>Dreyer</i> )	V
---	---

### SPORT – TOURISMUS - GESELLSCHAFT

Sport-Tourismus – Einige Anmerkungen aus Sicht der Wissenschaft(en) ( <i>Freyer</i> )	1
Dienstleistungsqualität und Sport im Tourismus ( <i>Woratschek</i> )	27
Auswirkungen freizeitsportlicher Entwicklungen auf den Tourismus – mit aktuellen Daten aus dem Golfsport ( <i>Kreilkamp</i> )	55

### SPORTARTEN UND TOURISMUS

Was reizt Menschen an sportlicher Aktivität in der Natur? Zu den Anreizstrukturen von Outdooraktivitäten ( <i>Beier</i> )	81
Sporttourismus zwischen globalisierter Sportkultur und regionaler Bewegungskultur ( <i>Schwark</i> )	93
Traumpfade und Irrwege im Bergtourismus ( <i>Lutz</i> )	109

### SPORT IN DESTINATIONEN

Sporttourismus im Ensemble regionaler Entwicklung: Das Beispiel Vorpommern ( <i>Hinsching/Steingrube</i> )	121
Trend- und Natursport als System. Entwicklung des Mountainbiking in Moab, Utah ( <i>Egner</i> )	133
Sporttouristisches Regionalmarketing am Beispiel der Südeifel ( <i>Michels</i> )	151

### NEUE ENTWICKLUNGEN AUF SPORTTOURISMUS-MÄRKTEN

Sport light – Der Stellenwert des Sports im Urlaubstourismus ( <i>Lohmann</i> )	175
Fit for success – Touristische Aspekte in der Personalentwicklung ( <i>Bässler</i> )	183
Die Bedeutung des Sportreisemarktes für Reiseveranstalter – Gegenwart und Zukunft ( <i>Brösel</i> )	199

### SPORT-EVENTS UND TOURISMUS

Kundenzufriedenheit bei Sport-Großveranstaltungen: Ergebnisse einer Primärerhebung anlässlich der alpinen Ski-WM 2001 in St. Anton/Arberg ( <i>Pechlaner/Matzler/Siller</i> )	207
Auslandstouristen bei den Olympischen Spielen in Sydney 2000 ( <i>Preuß/Messing</i> )	223
Volkswirtschaftliche Bedeutung sportlicher Großanlässe ( <i>Liebrich/Mehr/Laesser</i> )	243
Strategisches Tourismusmanagement bei Sportgroßveranstaltungen: Ein ökonomischer Ansatz mit Daten zur Fußball-WM 2006 ( <i>Kurscheidt</i> )	265
Nachfragemuster und -erwartungen von Teilnehmern an touristischen Snowboard-Events ( <i>Breuer</i> )	293