

Claudia Candidori-Girard

Kulturtourismus an der Loire - Ein aktueller Reisemarkt

Ökonomische, geographische und kulturhistorische Voraussetzungen sowie eine empirische Analyse am Beispiel Azay-le-Rideau

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 Verlages. 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 © 1995 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832401870

Claudia Candidori-Girard

Kulturtourismus an der Loire - Ein aktueller Reisemarkt

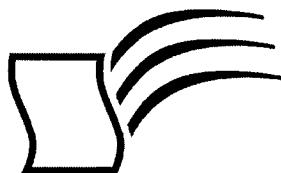
**Ökonomische, geographische und kulturhistorische Voraussetzungen
sowie eine empirische Analyse am Beispiel Azay-le-Rideau**

Claudia Candidori-Girard

Kulturtourismus an der Loire – Ein aktueller Reisemarkt

*Ökonomische, geographische und kulturhistorische
Voraussetzungen sowie eine empirische Analyse
am Beispiel Azay-le-Rideau*

**Diplomarbeit
an der Universität Passau
März 1995 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 187

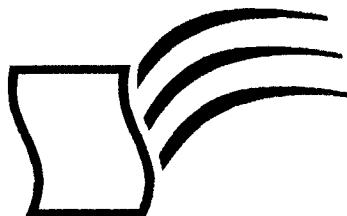
Candidori-Girard, Claudia: Kulturtourismus an der Loire – Ein aktueller Reisemarkt:
Ökonomische, geographische und kulturhistorische Voraussetzungen sowie eine
empirische Analyse am Beispiel Azay-le-Rideau / Claudia Candidori-Girard –
Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1997
Zugl.: Passau, Universität, Diplom, 1995

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. Zu widerhandlungen 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 ——————
www.diplom.de ——————

Inhalt	Seite
1. Vorwort	1
2. Einleitung	1
3. Definitionen - Abgrenzung des Themas	3
3.1 Tourismus	3
3.2 Kulturtourismus	4
3.3 Geographische und inhaltliche Abgrenzung	6
4. Voraussetzungen zur Herausbildung und Durchführung eines Kulturtourismus an der Loire	6
4.1 Globale Rahmenbedingungen	6
4.1.1 Evolution der Freizeit in der Industriegesellschaft	6
4.1.2 Die Stellung Frankreichs	7
4.1.3 Konsumtourismus	8
4.1.4 Kulturtourismus als zukunftsweisende Urlaubsform	9
4.1.5 Kulturtouristen	11
4.1.6 Exkurs: Anfänge des Kulturtourismus an der Loire	13
4.2 Lokale Rahmenbedingungen	13
4.2.1 Klima	14
4.2.2 Formation und Relief	14
4.2.3 Schlösser	15
4.2.4 Weinanbau	16
4.3 Rahmenbedingungen zur Durchführung	18
4.3.1 Verkehrsanbindung	18
4.3.2 Unterkunftsangebot	19
4.4 Resümee	20
5. Empirische Analyse am Beispiel von Azay-le-Rideau	21
5.1 Standort	22
5.2 Das Schloß von Azay-le-Rideau	23
5.3 Touraine Azay-le-Rideau-Wein	24
5.4 Sozialer Hintergrund der Kulturtouristen	26
5.4.1 Herkunftsstadt	26
5.4.2 Herkunftsland	26
5.4.3 Alter	27
5.4.4 Sozio-professionelle Stellung	29
5.4.5 Kenntnis der Landessprache	30
5.4.6 Tagesbudget	30
5.5 Kennenlernen des Ortes	31
5.6 Reiseform	32
5.6.1 Gruppengröße	32
5.6.2 Transportmittel	32
5.7 Unterkunft	34
5.8 Besucherhäufigkeit	36
5.9 Schloßbesuch	37

Inhalt	Seite
5.10 Aufenthaltsdauer	40
5.10.1 Aufenthaltsdauer am Schloß	40
5.10.2 Aufenthaltsdauer in Azay-le-Rideau	41
5.11 Urlaubsmotive	42
5.12 Erfüllung der Erwartungen	45
5.13 Beurteilung der lokalen Infrastruktur	46
5.14 Stellung des Kulturtourismus zu anderen Urlaubsarten	47
5.15 Die Verteilung nach Nationalitäten	48
5.15.1 Frankreich	48
5.15.2 Großbritannien	49
5.15.3 Deutschland	49
5.15.4 USA	50
5.15.5 Italien	51
5.15.6 Israel	51
5.15.7 Kanada	52
5.15.8 Schweiz	52
5.15.9 Belgien	53
5.15.10 Niederlande	53
5.16 Die Verteilung nach sozio-professioneller Stellung	54
5.16.1 Studenten	54
5.16.2 Arbeiter	54
5.16.3 Angestellte und mittlere Angestellte	55
5.16.4 Höhere Angestellte	55
5.16.5 Selbständige	55
5.16.6 Rentner	56
5.17 Gruppenreisen	56
6. Schlußbemerkung	58
7. Bibliographie	61
Anhang	
Anhang 1: Fragebögen	
Anhang 2: Tabellen	
Anhang 3: Abbildungen	
Abbildungsnachweis	

1. Vorwort

Mein besonderer Dank gilt Claudine Lagoutte, Verwalterin des Schlosses von Azay-le-Rideau, für die gewährte Unterkunft sowie Geneviève Schamelhout, Leiterin des Führungspersonals, für ihre Auskünfte über das Schloß und ihr persönliches Engagement. Ferner danke ich Bernard Gentil für seine Erklärungen zum Azay-le-Rideau-Wein, den Tourismusbüros in Azay-le-Rideau und Tours für ihre Informationsschriften sowie den Mitarbeitern der Schlösser von Chinon, Langeais, Ussé und Villandry für ihre freundliche Unterstützung.

2. Einleitung

Die von Jean Fourastié als *Trente Glorieuses* bezeichnete Nachkriegsperiode von 1945-1975¹ ist die Zeit eines raschen und kontinuierlichen Wirtschaftswachstums in Frankreich und steht als Pate für eine ähnliche Entwicklung in den westlichen Industrieländern. Wachsende Löhne und steigender Lebensstandard bei gleichzeitig sinkender Arbeitszeit weiten den Zugang zur Ausübung von Freizeitaktivitäten auf alle sozialen Schichten aus.² Steigende Mobilität setzen dem Individuum räumlich immer marginalere Grenzen. Ein Massentourismus entsteht.³ Es ist ein Konsumtourismus, ein „soif de ‘toujours plus’“⁴, seitens der Nachfrager.

Doch in den letzten Jahren haben sich Beweggründe und Urlaubsverhalten der Touristen geändert: Tatkraft, Eigeninitiative und Flexibilität werden signifikanter. Selbsterleben statt sich etwas vorsetzen zu lassen kennzeichnet diese neue Art von Tourismusverhalten. „Nous passons des vacances passives aux vacances actives.“⁵ Es wird also bewußter und zielgerichteter gereist. Eng verknüpft ist damit eine Erwartungshaltung, die sich aus konkreten Zielvorstellungen heraus entwickelt. Der Tourismus gelangt zu einem Stadium der Reife und sucht seinen Sinn nicht mehr im ‘Haben’, sondern im ‘Sein’.⁶ Diese aktive Urlaubsform dient der Selbstentfaltung und

¹ vgl. Jean Fourastié: *Les Trente Glorieuses*, Fayard 1979, Buchtitel

² vgl. Joffre Dumazedier, Maurice Imbert: *Espace et loisir dans la société française d'hier et de demain*, Paris 1967, S.26

³ vgl. Joffre Dumazedier: Révolution culturelle du temps libre et pratiques touristiques, in: *Les cahiers du tourisme*, Aix-en-Provence 1988, H.7, Serie C, Nr.123, S.1

⁴ Daniel Clary: *Le tourisme dans l'espace français*, Paris, Mailand, Barcelona und Bonn 1993, S.95

⁵ zit. in: Pierre Guiral: De nouvelles formules d'hébergement, in: Jacques Dominati (Hg.): *L'enjeu touristique*, Paris 1988, S.81-91 (S.84)

⁶ vgl. Joffre Dumazedier, Maurice Imbert, a.a.O., S.34 und 348

Persönlichkeitsbildung, denn „Das höchste Ziel der Existenzweise des Seins ist *tieferes Wissen*, in der Existenzweise des Habens jedoch *mehr Wissen*“⁷. In diesem Reifestadium kristallisiert sich immer mehr eine spezifische Art von Tourismus heraus, der Kulturtourismus.

An der Loire scheint er zu einer Zauberformel geworden zu sein, da diese Gegend eine der beliebtesten Reiseziele ist, die mit Kultur verknüpft werden.⁸ Zahlreiche Besucher aus aller Welt inmitten eines historisch äußerst bedeutsamen Gebietes einerseits und nur wenig themenspezifische Literatur andererseits - das fordert eine nähere Betrachtung geradezu heraus.

Ziel dieser Arbeit ist es, den gegenwärtigen Kulturtourismus an der Loire darzustellen. Um das Thema räumlich einzugrenzen sowie inhaltlich zu fixieren, werden zunächst unter Punkt drei einige Definitionen gegeben. An sie schließen sich unter Punkt vier ökonomische, geographische und kulturhistorische Voraussetzungen zur Herausbildung und Durchführung eines Kulturtourismus an der Loire an.

Diese Grundlagen sind zum Verständnis des sich anschließenden praktischen Teils der Arbeit notwendig, in dem unter Punkt fünf der gegenwärtige Kulturtourismus an der Loire anhand eines konkreten Beispiels empirisch untersucht wird. Mittels einer Umfrage am Schloß von Azay-le-Rideau wird der Urlaub der Kulturtouristen analysiert. Zudem werden Wege aufgezeigt, die bei einer zukünftigen Planung im Kulturtourismus an der Loire von Nutzen sein und demzufolge konstruktive Impulse für die Tourismusbranche bieten könnten.

Die Auswertung der empirischen Untersuchung gliedert sich in zwei Bereiche. Im ersten Schritt werden die Gesamtergebnisse präsentiert. Sie geben einen Einblick in die Thematik und decken zentrale Trends auf. Es stellen sich zunächst Fragen nach allgemeinen Informationen über die Kulturtouristen: Aus welchem sozialem Hintergrund kommen sie, auf welche Weise lernen sie den Urlaubsort kennen und wie reisen sie an? Des weiteren wird das Reiseverhalten der Urlauber vor Ort erforscht: Wo übernachten sie, wie hoch ist ihre Besucherhäufigkeit, wie lange dauert ihr Schloßbesuch bzw. ihr Aufenthalt, welches sind ihre Urlaubs motive und wie werden ihre Erwartungen erfüllt? Ferner wird die lokale Infrastruktur untersucht: Ist sie zufriedenstellend und einem weiteren Ausbau des Kulturtourismus gewachsen?

⁷ Erich Fromm: Haben oder Sein, 6. Auflage, München 1980, S.49

⁸ vgl. Jean-Pierre Lozato-Giotart: Géographie du tourisme, 4., vollständig überarbeitete Auflage, Paris, Mailand, Barcelona und Bonn 1993, S.57

Zudem wird die Stellung des Kulturtourismus zu anderen Urlaubsarten ermittelt, um Aufschlüsse zu geben, ob der Kulturtourismus an der Loire noch wie vor einem guten Jahrzehnt mehr ein Durchgangs- als ein Rundreisetourismus innerhalb der Region ist⁹ und um damit gleichzeitig Aussagen über den Entwicklungsverlauf machen zu können.

Da die Gesamtergebnisse in sich zum Teil stark divergieren, werden in einem zweiten Schritt Teilanalysen nach Nationalitäten, sozio-professioneller Stellung sowie nach der Reiseform - dabei werden die Gruppenreisen herausgegriffen - erstellt. Diese Aufsplittung wird der Notwendigkeit gerecht, das in sich heterogene Gesamtergebnis in sinnvolle und homogene Teilespekte zu zerlegen.

Eine Schlußbetrachtung faßt unter Punkt sechs die wichtigsten Resultate zusammen und gibt einen Ausblick über Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung.

3. Definitionen - Abgrenzung des Themas

3.1 Tourismus

Die Terminologie ‘Tourismus’ geht auf den Beginn des letzten Jahrhunderts zurück und leitet sich aus dem Englischen *tourism* ab, das seinerseits vom Französischen *tour* stammt und die Reisen der englischen Oberschicht zu diesem Zeitpunkt bezeichnet.¹⁰

Mit dem Ausdruck werden zwei verschiedene Bedeutungsaspekte verbunden: Tourismus wird zum einen als eine außerökonomische Aktivität aufgefaßt¹¹, die sich räumlich getrennt vom Alltagsleben abspielt¹² und der „reconstitution de la force de travail“¹³ zugute kommt. Zum anderen wird Tourismus auch als eine ökonomische Aktivität gesehen, „grown to become one of the world’s major industries“¹⁴.

Da beide Auffassungen einander nicht widersprechen, sondern sich ergänzen, kann Tourismus darüber hinausgehend als mutuelle Dependenz ökonomischer und außerökonomischer Aktivitäten verstanden werden.

⁹ vgl. Martin Garay: Le tourisme culturel en France, Paris 1980, S.68

¹⁰ vgl. Jean Ginier: Géographie touristique de la France, 2., überarbeitete Auflage, Paris 1974, S.1

¹¹ vgl. François Ascher: Tourisme - Sociétés transnationales et identités culturelles, Paris 1984, S.74

¹² vgl. François Castex: L'équipement touristique de la France, Paris 1972, S.16

¹³ François Ascher, a.a.O., S.74

¹⁴ Roger Doswell: Case studies in Tourism, London 1978, S.16

3.2 Kulturtourismus

In der Literatur wird der Begriff ‘Kulturtourismus’ weder genau noch einheitlich definiert. Wenn auch die allgemeine Auffassung in die Richtung geht, daß es keine klare Definition gibt¹⁵, so werden einige vorsichtige Erklärungsansätze gegeben: Die 1976 verfaßte *Charte du tourisme culturel* beschreibt Kulturtourismus als „celui qui a pour objet, entre autres objectifs, la découverte des sites et des monuments“¹⁶. Diese Erklärung ist weder eine Definition, noch ist sie genau. Doch beinhaltet sie einen Grundgedanken, an den Kulturtourismus unmittelbar geknüpft ist, nämlich die Entdeckung kunstgeschichtlich bedeutsamer Anlagen und Bauwerke.

Eine umfangreichere Vorstellung, um was es sich bei dem Begriff handelt, gibt folgende Erklärung: „Le tourisme culturel (...) inclut le patrimoine naturel, architectural et muséologique, mais aussi les lieux de spectacles et de manifestations, les hébergements et la restauration (...).“¹⁷ Auch wenn wiederum die konkrete Definition fehlt, so kann zumindest gefolgert werden, in welchem Zusammenhang Kulturtourismus gesehen wird. Es ist dies in erster Linie das Erbe der Vergangenheit. An zweiter Stelle folgen Veranstaltungsorte. Unterkunft und Restaurierung sind drittrangig.

Da im Rahmen des Literaturstudiums zum Kulturtourismus keine Definition bekannt wurde, der Begriff jedoch ein Kernstück der vorliegenden Arbeit ist, wird eine eigene Definition gegeben. Dazu wird neben dem ersten Wortkompositum ‘Tourismus’ (vgl. Punkt 3.1) auch das zweite, ‘Kultur’, betrachtet, um weitere Anregungen zu erhalten. Eine Definition aus einem deutschsprachigen Lexikon faßt unter ‘Kultur’ „das von Menschen zu bestimmten Zeiten in abgrenzbaren Regionen in Auseinandersetzung mit der Umwelt in ihrem Handeln Hervorgebrachte (...)"¹⁸ auf. Kultur ist demgemäß ein Produkt, dessen Entstehung von den zwei Faktoren Ort und Zeit abhängig ist. Aus französischer Sicht hat der Ausspruch des Politikers und Schriftstellers Edouard Herriot aufgrund seines aus dem Rahmen fallenden Begriffsverständnisses eine solch nachhaltige Wirkung gehabt, daß der Wortlaut in den *Petit Robert 1*, das bekannteste

¹⁵ vgl. u. a. Jean Ginier, a.a.O., S.1 und The Market for Cultural Tourism in Europe, in: *EIU Travel & Tourism Analyst*, London 1993, H.6, S.30-46 (S.30)

¹⁶ *Charte du tourisme culturel*, Brüssel 1976, erschienen 1977, S.2

¹⁷ Dominique Bayle, Marie-Sophie Humeau: *Valoriser le patrimoine de sa commune par le tourisme culturel*, Paris 1992, S.83

¹⁸ *Meyers Großes Taschenlexikon in 24 Bänden*, 2., überarbeitete Auflage, Mannheim, Wien und Zürich 1987, Band 12, S.257

französische Wörterbuch, aufgenommen wurde: „La culture, c'est ce qui reste quand on a tout oublié.“¹⁹ Herriots Auffassung zufolge wird Kultur als das primäre Relikt von etwas Vergangenem gesehen.

Unter Berücksichtigung der oben angeführten Begriffserklärungen sowie durch das Literaturstudium zum Thema Kulturtourismus manifestierte sich bei der Verfasserin folgendes Begriffsverständnis von Kulturtourismus:

	Entdeckung und Memorisierung von			
Ebene 1	architektonischen Hinterlassenschaften		natürlichen Hinterlassenschaften	
	Teilnahme an lokalen Veranstaltungen im Bereich von			
Ebene 2	Theater	Musik	Museen	u.ä.
	Kennenzulernen von regionalen ethnologischen Hinterlassenschaften im Bereich von			
	Kunst	Folklore	Speisen	u.ä.
Ebene 3	Notwendige Prämissen			
	räumliche Erreichbarkeit		Unterkunftsmöglichkeiten	

Kulturtourismus ist eine bewußte und zielgerichtete aktive Tourismusform, die primär in der Entdeckung und Memorisierung architektonischer und natürlicher Hinterlassenschaften der Vergangenheit, die räumlich und zeitlich bestimmt sind, besteht. Sekundär äußert er sich im Besuch oder der Teilnahme an lokalen Veranstaltungen aller Art im Bereich von Theater, Musik, Museen u.ä. bzw. im Kennenzulernen von regionalen ethnologischen Hinterlassenschaften wie Kunst, Folklore, Speisen u.ä. Beiden Zielen ist gemeinsam, daß sie nicht an jedem Ort im gleichen Maße ausgeprägt sind, sondern regionsspezifisch variieren. Notwendige

¹⁹ zit. in: Le Petit Robert 1, durchgesehene, korrigierte und überarbeitete Auflage, Paris 1990, S.436

Prämissen für Kulturtourismus bestehen dabei in der räumlichen Erreichbarkeit der Ziele sowie darin, daß entsprechende qualitative und quantitative Unterkunftsmöglichkeiten vorhanden sein müssen.

3.3 Geographische und inhaltliche Abgrenzung

Bis in die Gegenwart hinein haben vor allem zwei äußere Merkmale der Loire ihren spezifischen Charakter gegeben. An ihren Ufern erstrecken sich zum einen zahlreiche Schlösser, zum anderen unzählige Weinanbaugebiete. Mit ‘Kulturtourismus an der Loire’ wird deshalb das Gebiet geographisch eingegrenzt, in dem sowohl eine hohe Dichte an Schlössern als auch an Weinanbaugebieten vorzufinden ist.²⁰ Es sind dies die Départements Loir-et-Cher, Indre-et-Loire sowie Maine-et-Loire. Damit wird das Gebiet der inhaltlichen Abgrenzung gerecht, da der Kulturtourismus an der Loire in erster Linie auf die Schlösser zurückzuführen ist²¹, doch es die ruhmreiche Vergangenheit als solche ist, auf die der Tourismus in dieser Gegend fußt²².

4. Voraussetzungen zur Herausbildung und Durchführung eines Kulturtourismus an der Loire

4.1 Globale Rahmenbedingungen

Die globalen Rahmenbedingungen sind ökonomischer Natur und geben einen Einblick, inwiefern sich der Kulturtourismus als gegenwärtige Urlaubsform aus dem Tourismus sowie aus der Freizeit heraus entwickelt hat. Ferner werden Charakteristika der Kulturtouristen angeführt, um das spezifische Verhalten dieser Urlaubsform herauszustellen.

4.1.1 Evolution der Freizeit in der Industriegesellschaft

Den Ursprung der Freizeit bildet die Industrielle Revolution.²³ Durch sie büßt der bis dato dominante Agrarsektor seine herausragende Bedeutung ein, während der sekundäre und tertiäre Sektor ein kontinuierliches Wachstum erfahren. Die beiden

²⁰ vgl. Anhang 3, Abb. 1

²¹ vgl. Alain Mesplier: Le tourisme en France, 3. Auflage, Montreuil 1988, S.307

²² vgl. Jean Ginier, a.a.O., S.145

²³ vgl. Hartmut Lüdtke: Freizeit in der Industriegesellschaft, 2., überarbeitete und ergänzte Auflage, Opladen 1975, S.23