

Katja Schmid

Das Gästeführungswesen im Wandel

Analyse von Angebotsformen und Organisationsstrukturen
in deutschen Städten und Gemeinden

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 Verlanges. 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 © 1998 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832408688

Katja Schmid

Das Gästeführungswesen im Wandel

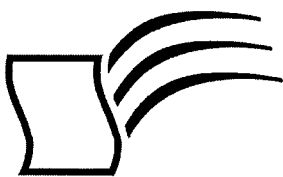
**Analyse von Angebotsformen und Organisationsstrukturen in deutschen
Städten und Gemeinden**

Katja Schmid

Das Gästeführungswesen im Wandel

*Analyse von Angebotsformen und Organisationsstrukturen
in deutschen Städten und Gemeinden*

Diplomarbeit
an der Universität Trier
Februar 1998 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 868

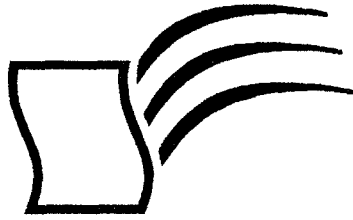
Schmid, Katja: Das Gästeführungswesen im Wandel: Analyse von Angebotsformen und Organisationsstrukturen in deutschen Städten und Gemeinden / Katja Schmid - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1998
Zugl.: Trier, Universität, Diplom, 1998

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. Zuwiderhandlungen 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 —

Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand auf Anregung eines Vortrages auf der Internationalen Tourismus Börse (ITB) im Jahre 1997 in Berlin, der mit dem Thema "Gästeführer als Werbeträger ihrer Städte und Regionen" im Rahmen einer Veranstaltungsreihe des Wissenschaftszentrums gehalten wurde. Hilfreich für die Einschätzung der Untersuchungsergebnisse dieser Studie ist auch meine fast sechsjährige Tätigkeit als offizielle Gästeführerin für die Tourist-Information Trier.

Eine Diplomarbeit schreibt man nicht alleine. Ich möchte dies zum Anlaß nehmen, mich von Herzen für die Hilfsbereitschaft vieler Menschen zu bedanken:

- den touristischen Auskunftsstellen für das Ausfüllen des Fragebogens und die Zusendung von Informationsmaterialien,
- allen Experten für die interessanten Gespräche,
- dem Deutschen Städtetag für die Möglichkeit, bisher nicht veröffentlichte Ergebnisse einer aktuellen Untersuchung zum Thema Gästeführungen in dieser Arbeit verwenden zu dürfen,
- Herrn Noll von der Tourist-Information Trier für zahlreiche Einstiegshilfen,
- Herrn Thomas Wolber für die Hilfe bei der Klärung von Fachfragen,
- dem Frank für die Gestaltung des Titelblattes und
- Uta, Ralph, Silvia, Banna, Eva, Susanne, Helga und Isabel für das Korrekturlesen und hilfreiche Anregungen.

Mein besonderer Dank gilt Herrn Prof. Heiner Monheim für die außerordentlich motivierende Betreuung und das meiner Arbeit entgegengebrachte Interesse.

Herrn Prof. Dr. Ralph Jätzold danke ich nicht nur für die Übernahme der Zweitkorrektur, sondern auch für die reichen fachlichen Erfahrungen, die er mir während meines Studiums der Geographie vermittelt hat und die mich ein Stück weit auch geprägt haben.

Trier, im Februar 1998

Katja Schmid

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VII
Tabellenverzeichnis.....	VIII
Anhangverzeichnis.....	VIII
Abkürzungsverzeichnis.....	IX
1. Problemstellung und Zielsetzung	1
2. Aufbau der Arbeit.....	3
3. Untersuchungsgegenstand: Gästeführungen.....	5
3.1 Forschungsstand.....	5
3.2 Definition und Begriffsabgrenzung.....	7
3.3 Geschichte der Gästeführungen.....	8
4. Theoretische Rahmenbedingungen	15
4.1 Gästeführungen und Tourismus	15
4.1.1 Einordnung der Gästeführungen in den Tourismus.....	15
4.1.2 Der Tourismusstandort Deutschland.....	16
4.1.3 Der Tourist der 90er Jahre.....	18
4.1.4 Bedeutung von Gästeführungen für den Tourismus	19
4.2 Gästeführungen und kommunale Imageplanung.....	20
4.2.1 Kommunale Imageplanung.....	20
4.2.2 Bedeutung von Gästeführungen für die kommunale Imageplanung	21
5. Angebotsformen von Gästeführungen in deutschen Städten und Gemeinden	25
5.1 Angebotsarten von Gästeführungen (Theorie).....	25
5.1.1 Gästeführungen ohne Gästeführer	25
5.1.2 Gästeführungen mit Gästeführer	30
5.2 Methodik	31
5.2.1 Auswahl der Städte.....	31
5.2.2 Anschreiben der Städte und Rücklauf.....	32
5.2.3 Einteilung der Städte in Stadtgrößen und Stadttypen	34
5.2.4 Sichten und Auswerten des Prospektmaterials	38
5.3 Ergebnisse der Prospektanalyse	38
5.3.1 Fortbewegungsmittel.....	39

5.3.2 Dauer und Preise	42
5.3.3 Themen	46
5.3.4 Einzelobjekte	54
5.3.5 Kommunikative Gesichtspunkte	57
5.3.6 Zielgruppen	59
5.3.7 Sprachen	60
5.3.8 Präsentationsform	61
5.4 Bewertung der Ergebnisse	64
6. Organisationsstrukturen im Gästeführungswesen am Beispiel von Trier, Lübeck, Dresden, München und Freiburg	69
6.1 Elemente der Organisationstrukturen im Gästeführungswesen (Theorie)	70
6.1.1 Privatisierung von Fremdenverkehrsämtern	70
6.1.2 Vermittlung von Gästeführungen: Zuschußgeschäft oder gewinnbringend? 73	
6.1.3 Anbieter von Gästeführungen	79
6.1.4 Bedeutung von Gästeführervereinen für das Gästeführungswesen.....	83
6.2 Methodik	86
6.2.1 Auswahl der Städte	87
6.2.2 Auswahl der Experten	87
6.2.3 Durchführung der Interviews	89
6.3 Ergebnisse der Experteninterviews in den Beispielstädten	90
6.3.1 Trier	91
6.3.2 Lübeck	96
6.3.3 Dresden	101
6.3.4 München	107
6.3.5 Freiburg	112
6.4 Bewertung der Ergebnisse	118
7. Ergebnisse, Schlußfolgerungen, Empfehlungen	121
7.1 Einschätzung der Branche	121
7.2 Schlußfolgerungen und Handlungsempfehlungen	122
Literatur- und Quellenverzeichnis	125
Expertenverzeichnis	133
Anhang	135

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Klassische Griechenland-Reiseroute in der Antike	9
Abb. 2: Münchner Fremden-Rundfahrten (vermutlich 1911)	11
Abb. 3: Entwicklung der Gästeführer- und Reiseleitertätigkeit von der Antike bis heute	13
Abb. 4: Rückgang der Inlandsreisen seit 1954	17
Abb. 5: Weltkulturdenkmal Wenzel-Rundweg in Luxemburg-Stadt	28
Abb. 6: Die untersuchten Städte im Überblick	37
Abb. 7: Gesamtüberblick über das Angebot an Führungen für Einzelpersonen für die Kategorie "Fortbewegungsmittel"	39
Abb. 8: Gesamtüberblick über das Angebot an Führungen für Gruppen für die Kategorie "Fortbewegungsmittel"	40
Abb. 9: Vergleich des Angebotes an regelmäßig stattfindenden Gästeführungen in den Jahren 1983, 1993 und 1997	43
Abb. 10: Dauer der Führungen zu Fuß oder mit dem Bus für Einzelpersonen	44
Abb. 11: Dauer der Führungen zu Fuß oder mit dem Bus für Gruppen	44
Abb. 12: Preise für 1 1/2 bis 2 1/2-stündige Führungen zu Fuß oder mit dem Bus für Einzelpersonen	45
Abb. 13: Preise für 1 1/2 bis 2 1/2-stündige Führungen zu Fuß oder mit dem Bus für Gruppen	46
Abb. 14: Angebot an thematischen Führungen	47
Abb. 15: Angebot an kommunikativen Führungen	57
Abb. 16: Prospektinformation über das Angebot von Gästeführungen	62
Abb. 17: Extra Prospekt oder Faltblatt über das Angebot von Gästeführungen	63
Abb. 18: Die verschiedenen Rechtsformen von touristischen Auskunftsstellen	70
Abb. 19: Die Verteilung der Rechtsformen auf die touristischen Auskunftsstellen	71
Abb. 20: Quantitative Entwicklung der Gästeführungszahlen	74
Abb. 21: Quantitative Entwicklung der Gästeführungszahlen und Stadtyp	74
Abb. 22: Quantitative Entwicklung der Gästeführungszahlen und H-12-Städte	75
Abb. 23: Quantitative Entwicklung der Gästeführungszahlen und UNESCO-Städte	75
Abb. 24: Wirtschaftlichkeit der Vermittlung von Gästeführungen für Auskunftsstellen ...	76
Abb. 25: Wirtschaftlichkeit der Vermittlung und Stadtgröße	77
Abb. 26: Höhe der Vergütung für die Gästeführer für eine 1 1/2 bis 2 1/2-stündige Führung	78
Abb. 27: Gesamtübersicht über Kapitel 6.3	90
Abb. 28: Entwicklung der Gästeführungszahlen in Trier von 1976 bis 1996	92

Abb. 29: Vergleich der Städte mit mehr als 3.000 Führungen im Jahre 1996	93
Abb. 30: Die Organisationsstruktur des Gästeführungswesens in Lübeck (Stand: Dezember 1997).....	98
Abb. 31: Neuorganisation der Tourismusförderung in der Hansestadt Lübeck (Stand: Februar 1998).....	99

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Übersicht über Arbeitsschritte und eingesetzte Methodik.....	4
Tab. 2: Für Gästeführungen relevante touristische Erscheinungsformen	15
Tab. 3: Verteilung der 120 angeschriebenen ost- und westdeutschen Städte im Vergleich.....	32
Tab. 4: Rücklaufquoten der Prospekte und der Fragebögen.....	33
Tab. 5: Rücklaufquoten aus den alten und neuen Bundesländern im Vergleich zur gesamtdeutschen Rücklaufquote von 78,3 %.....	33
Tab. 6: Die untersuchten Städte nach Stadtgröße und Stadttyp mit jeweiliger Tourismusintensität (TI).....	36
Tab. 7: Angebot an thematischen Führungen für Gruppen (laut Prospekt)	53
Tab. 8: Angebot an Führungen in Einzelobjekten für Gruppen (laut Prospekt).....	56
Tab. 9: Angebot an Führungen für bestimmte Zielgruppen (laut Prospekt)	60
Tab. 10: Angebot an fremdsprachlichen Führungen in den Jahren 1983, 1992 und 1997.....	60
Tab. 11: Die Rechtsformen der Auskunftsstellen der fünf Beispielstädte.....	71
Tab. 12: Höhe der Vermittlungsgebühr für eine 1 1/2 bis 2 1/2-stündige Führung	78
Tab. 13: Die Interviewpartner im Überblick	88

Anhangverzeichnis

Anhang 1: Die Mitgliedsstädte der Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag... 135	135
Anhang 2: Fragebogen.....	136
Anhang 3: Die 47 deutschen Reiselandschaften der Bundesrepublik Deutschland	137
Anhang 4: Einwohnerzahlen 1995 (EW-Zahl), Übernachtungszahlen 1996 (ÜB-Zahl) und Tourismusintensität (TI)	138
Anhang 5: Städte mit Jugendstilensembles und -bauten in Deutschland	140
Anhang 6: Die Rechtsformen im Überblick	141
Anhang 7: Der Arbeitskreis Neue Städtetouren (ANS).....	142

Abkürzungsverzeichnis

a.	am
Abb.	Abbildung
ABL	alte Bundesländer
abs.	absolut
Abtl.	Abteilung
ANS	Arbeitskreis Neue Städtetouren
Anz.	Anzahl
Aufl.	Auflage
Ausg.	Ausgabe
b. u.	bis unter
BAT	British-American Tobacco
BUND	Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland
BVGD	Bundesverband der Gästeführer in Deutschland e.V.
bzw.	beziehungsweise
d. h.	das heißt
DDR	Deutsche Demokratische Republik
DGB	Deutscher Gewerkschaftsbund
DIFU	Deutsches Institut für Urbanistik
DM	Deutsche Mark
DSF	Deutsches Seminar für Fremdenverkehr
DST	Deutscher Städtetag
durchschnittl.	durchschnittlich
DWT	Dresden Werbung und Tourismus GmbH
e. V.	eingetragener Verein
erg.	ergänzte
erw. Aufl.	erweiterte Auflage
EU	Europäische Union
EW-Zahl	Einwohnerzahl
f.	folgend
ff.	folgende
F.U.R.	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
FEG	Fédération Européenne Associations de Guides Touristiques
frz.	französisch
FVV	Fremdenverkehrsverein Dresden e.V.
FVW	Fremdenverkehrswirtschaft

FWT	Freiburg Wirtschaft und Touristik GmbH & Co KG
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
griech.	griechisch
Hrsg.	Herausgeber
H-12-Stadt	Stadt der Werbegemeinschaft "Historic Highlights of Germany"
ital.	italienisch
Jg.	Jahrgang
k. A.	keine Angabe
Kap.	Kapitel
KG	Kommanditgesellschaft
LTZ	Lübeck und Travemünde Tourismus-Zentrale
LVV	Lübecker Verkehrsverein
mündl. Mitt.	mündliche Mitteilung
n	numbers (= Datengrundlage)
n. Chr.	nach Christus
NBL	neue Bundesländer
o. S.	ohne Seitenangabe
s.	siehe
S.	Seite
Tab.	Tabelle
TI	Tourismusintensität
TIBS	Touristische Informations- und Buchungssysteme
TIT	Tourist-Information Trier, Stadt und Land e.V.
TVD	Tourismusverein Dresden e.V.
u. a.	und andere
ÜB-Zahl	Übernachtungszahl
UN	United Nations
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel
z. Zt.	zur Zeit

1. Problemstellung und Zielsetzung

Die derzeitige Situation der Städte und Gemeinden in Deutschland ist durch ökonomische, ökologische, technische, demographische und kulturelle Veränderungen geprägt. Die im Vergleich zu südeuropäischen Ländern geringe Attraktivität Deutschlands als Destination für die Haupturlaubsreise sowie der Wertewandel in der Gesellschaft hinsichtlich der immer größer werdenden Bedeutung weicher Standortfaktoren bei der Wohn- und Arbeitsplatzsuche bedingen eine immer stärker werdende Konkurrenz zwischen Städten und Gemeinden, um Touristen einerseits und um qualifizierte Arbeitskräfte andererseits.

Dieser Wandel beeinflusst zunehmend auch das Gästeführungswesen in Deutschland: Neben den touristischen Auskunftsstellen der Städte und Gemeinden treten verstärkt auf Führungen spezialisierte Reisebüros als Anbieter auf. Die Angebotspalette an Gästeführungen ist von großer Vielfalt und Ideenreichtum geprägt. Gästeführer schließen sich zu Gästeführervereinen zusammen und treten teilweise als eigenständige Anbieter auf. Die Auskunftsstellen befinden sich in einer Phase der Privatisierung, die in manchen Städten bereits zu einer Übergabe des Gästeführungsbereichs an private Unternehmen geführt hat.

Gäste- oder Stadtführungen stellen ein bedeutendes Mittel dar, um den Deutschlandtourismus zu stärken. Sie sorgen neben einem attraktiven Urlaubsangebot auch für die Verlängerung der Aufenthaltsdauer von Gästen. Darüberhinaus greifen sie einen Teil der kommunalen Imagebildung auf, indem sie sowohl Einheimischen ihre eigene Stadt näherbringen und damit von ihrer Attraktivität überzeugen, als auch Gäste zu einem Wohnortwechsel in die besuchte Stadt motivieren können.

Zahlreiche touristische Auskunftsstellen begreifen das Gästeführungswesen als eine Chance: Sie weiten ihr Angebot an Gästeführungen aus und passen es den veränderten Ansprüchen der Gäste an. Weiterhin suchen sie nach einer geeigneten Organisationsstruktur, um diesen wichtigen Bereich zeitgemäß in der Stadt oder Gemeinde zu etablieren.

Folgende Forschungsfragen beschäftigen diese Arbeit:

- Welche Arten von Gästeführungen gibt es?
- Welche Themen werden durch Gästeführungen behandelt?
- Gibt es neue Ideen und Konzepte bei der Durchführung von Gästeführungen, die den Erwartungen des Gastes des 21. Jahrhunderts gerecht werden?
- Inwieweit wird das Internet als Informations- und Kommunikationsmittel im Gästeführungswesen von den Kommunen eingesetzt?
- Wieviel kosten Gästeführungen?
- Wie ist das Gästeführungswesen von Städten oder Gemeinden organisiert?
- Wo behindert sich die Branche und wo unterstützt sie sich?
- Kann das Vermittlungsgeschäft auch gewinnbringend sein?
- Welche Voraussetzungen müssen dafür erfüllt sein?
- Welche Anbieterarten strukturieren das Gästeführungswesen einer Stadt und welche Auswirkungen hat dies auf die touristischen Auskunftsstellen?
- Inwieweit beeinflusst die Privatisierung der touristischen Auskunftsstellen das Gästeführungswesen?
- Inwieweit ist es für Gemeinden sinnvoll, das Gästeführungswesen aus ihrem Einflußbereich zu geben?
- Inwieweit beeinflussen Gästeführervereine die Organisationsstruktur im Gästeführungswesen der Gemeinden?

Aus den Fragen ergeben sich folgende Zielsetzungen: Diese Arbeit möchte einen näheren Aufschluß über das Angebot an Gästeführungen geben. Dabei soll ein möglichst breites Spektrum an unterschiedlichen Arten und Themen erfaßt werden. Nicht nur die gängigen touristischen "Hochburgen", sondern auch Gemeinden ohne spektakuläres touristisches Potential oder Industriestädte werden in die Untersuchung einbezogen. Ferner wird die Preisgestaltung von Gästeführungen berücksichtigt.

Ziel ist außerdem die Analyse der Faktoren, die die Organisationsstruktur des Gästeführungswesens einer Stadt bilden oder beeinflussen. Diese Arbeit versteht sich als eine umfassende Marktanalyse der Angebots- und Anbieterseite im Gästeführungswesen unter besonderer Berücksichtigung der offiziellen touristischen Auskunftsstellen und gibt Handlungsempfehlungen für eine zeitgemäße Organisationsstruktur. Somit richtet sich diese Arbeit an alle touristischen Auskunftsstellen und Stadtverwaltungen, des weiteren an alle Gästeführer, privaten Anbieter und Akteure im Gästeführungswesen.