

Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus

Kommunikation - Kooperation - Kompetenz

Bearbeitet von

Prof. Dr. Rainer Hartmann, Prof. Dr. Felix Herle, Gila Altmann, Katharina Anhalt, Ass.Prof. Dr. Wolfgang Aschauer, Prof. Dr. Ulrich Bauer, Nele Marisa von Bergner, Prof. Dr. Christoph Burmann, Prof. Dr. Ines Carstensen, Prof. Dr. Nicole Fabisch, Rainer Fugmann, Prof. Dr. Susanne Gervers, Barbara Haller Rupf, Ass.-Prof. Dr. Thomas Herdin, Prof. Dr. Felix Bernhard Herle, Prof. Dr. Hans Hopfinger, Prof. Dr. Eric Horster, Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Paula Moura Lacerda de Souza, Dr. Carola May, Andrea Menn, Dr. Cornelia Müllauer, Dr. Andreas Müller, Prof. Dr. Julia Eva Peters, Prof. Dr. Mike Peters, Dr. Birgit Pikkemaat, Dr. Markus Pillmayer, Dr. Heidi Salaverría, Prof. Dr. Bernd Schabbing, Dr. Michael Schade, Prof. Dr. Knut Scherhag, Prof. Dr. Nicolai Scherle, Tina Simon, Carolin Stamm, Prof. Dr. Bernd Stecker, Prof. Dr. Tatjana Thimm, Arisa Wada, Prof. Dr. Antje Wolf, Prof. (FH) Dr. Anita Zehrer, Prof. Dr. Martina Zschocke

1. Auflage 2014. Buch. 293 S. Kartoniert

ISBN 978 3 503 15775 4

Format (B x L): 15,8 x 23,5 cm

Gewicht: 459 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Kommunikationswissenschaft > Kulturelle Kommunikation & Interaktion](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Schriften zu Tourismus und Freizeit
Band 17

Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus

Kommunikation – Kooperation – Kompetenz

Herausgegeben von

Prof. Dr. Rainer Hartmann und Prof. Dr. Felix Herle

Unter Mitarbeit von

Marie-Lena Berger

Mit Beiträgen von

Gila Altmann, Katharina Anhalt, Ass.-Prof. Dr. Wolfgang Aschauer,
Prof. Dr. Ulrich Bauer, M.A. Nele Marisa von Bergner,
Prof. Dr. Christoph Burmann, Prof. Dr. Ines Carstensen,
Prof. Dr. Nicole Fabisch, Dipl. Geogr. Rainer Fugmann,
Prof. Dr. Susanne Gervers, MBA Dipl. phil. II Barbara Haller Rupf,
Prof. Dr. Rainer Hartmann, Ass.-Prof. Dr. Thomas Herdin,
Prof. Dr. Felix Bernhard Herle, Prof. Dr. Hans Hopfinger,
Prof. Dr. Eric Horster, Prof. Dr. Edgar Kreilkamp,
Paula Moura Lacerda de Souza, Dr. Carola May, M.A. Andrea Menn,
Cornelia Müllauer, Dr. Andreas Müller, Prof. Dr. Julia Eva Peters,
Prof. Dr. Mike Peters, Prof. Dr. Birgit Pikkemaat, Dr. Markus Pillmayer,
Dr. Heidi Salaverria, Prof. Dr. Bernd Schabbing, Dr. Michael Schade,
Prof. Dr. Knut Scherhag, Prof. Dr. Nicolai Scherle, Tina Simon,
MSc Carolin Stamm, Prof. Dr. Bernd Stecker, Prof. Dr. Tatjana Thimm,
Arisa Wada, Prof. Dr. Antje Wolf, Prof. Dr. Anita Zehrer,
Prof. Dr. Martina Zschocke

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
[ESV.info/978 3 503 15775 4](http://ESV.info/978_3_503_15775_4)

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 15775 4
eBook: ISBN 978 3 503 15776 1

ISSN 1612-8672

Alle Rechte vorbehalten
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2014
www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen
der Deutschen Nationalbibliothek 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.

Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

Vorwort

Im Zuge der Vorbereitung auf die FIFA Fußball-WM 2006 in Deutschland wurden vom Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) in Berlin öffentlich geförderte Seminare zur interkulturellen Kommunikation angeboten. Diese fielen jedoch wegen mangelnder Nachfrage aus. Dies ist eines von vielen Beispielen, die zeigen, dass dem Thema „Interkulturelles Management“ in der Freizeit- und Tourismusbranche offenbar sehr wenig Bedeutung beigemessen wird. In der Freizeit- und der Tourismuswissenschaft ergibt sich ein ähnliches Bild: Die Auswirkungen auf die Kultur in den Destinationen sind seit den 1980er Jahren zwar ein wichtiges Thema, jedoch selten im Sinne des interkulturellen Managements, also des gemeinsamen Handelns und Verständnisses aller Beteiligten.

Die Hochschule Bremen gehört in Deutschland seit etwa 15 Jahren zu den führenden Hochschulen bezüglich des Anteils an internationalen Studierenden. Das gilt sowohl für den Incoming- als auch den Outgoing-Bereich. Interkulturelles Management ist hier gelebter Hochschul-Alltag und curricular in den meisten Studiengängen fest verankert, u.a. in Form von Vor- und Nachbereitungsseminaren rund um das Auslandsstudium. Vor diesem Hintergrund entwickelten die internationalen Studiengänge Tourismusmanagement und angewandte Freizeitwissenschaft sowie das „Zentrum für Interkulturelles Management und Diversity“ (ZIM) an der Hochschule Bremen die Idee, die 17. DGT-Jahrestagung zum Thema „Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus“ in Bremen auszurichten. Wunsch und Ziel waren es, ein offenes Forum zu bieten, bei dem die unterschiedlichen Sichtweisen aus Wissenschaft und Praxis in Bezug auf dieses Thema präsentiert und diskutiert werden können. Das unterschiedliche Verständnis von interkulturellem Management in der Wissenschaft wie auch der Praxis spiegelte sich wie vermutet in den eingereichten Beiträgen wider.

Der vorliegende Sammelband stellt die Mehrzahl der Tagungsbeiträge vor. Nach allgemeinen Grundüberlegungen zum Tagungsthema folgen im zweiten Kapitel Aufsätze zur interkulturellen Kommunikation, einem Kernthema des interkulturellen Managements. Anwendungsorientierte und praktische Beispiele aus der Branche sind Gegenstand des dritten Kapitels, u.a. fokussiert es die zukunftsweisende Frage, wie durch interkulturelles Management Produktqualität und Erlebnisqualität gesteigert werden können. Das vierte Kapitel fasst alle Beiträge zusammen, die sich mit interkultureller Kompetenz und interkulturellen Erfahrungen in Kooperationen befassen. Länder- und branchenspezifische Schlüsselqualifikationen sowie Erfolgsfaktoren internationaler Kooperationen von Tourismusunternehmen und Hochschulen werden diskutiert. Interkulturelle Kommunikation ist ebenso wesent-

licher Bestandteil einer nachhaltigen Destinationsentwicklung. Daher widmet sich das fünfte Kapitel „Interkulturalität als Element des nachhaltigen Tourismus“ diesem Thema. Im abschließenden Kapitel werden Marktanalysen präsentiert und diskutiert, welche eine wichtige Basis für interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus darstellen. Insgesamt zeigt der Tagungsband der 17. DGT-Jahrestagung auf, wie differenziert und mitunter auch noch unreflektiert das Thema „Interkulturelles Management“ in der Freizeit- und Tourismuswissenschaft sowie auch der Branche behandelt wird.

Zum Abschluss der Tagung wurden in einem Workshop vier wesentliche Bereiche mit Handlungsbedarf identifiziert: Forschung, Politik, Wirtschaft und Lehre.

1. In der Forschung wird neben interdisziplinärer Grundlagenforschung vor allem die anwendungsorientierte Forschung und Evaluation von interkulturellen Projekten als notwendig erachtet.
2. Für die Politik ergibt sich daraus die Forderung, stärker über administrative Grenzen hinweg zu denken. Zudem muss sie sich intensiv für die Verankerung von Tourismusstudiengängen an Universitäten einsetzen und vermehrt Forschungsgelder für Universitäten und Fachhochschulen bereitstellen.
3. Auch Wirtschaftsakteure müssen sich verstärkt mit interkulturellem Management beschäftigen und die unternehmerischen Chancen erkennen, die sich daraus ergeben. Dazu bedarf es z. B. des Trainings der interkulturellen Kompetenz der Mitarbeiter und einer kreativeren Produktentwicklung.
4. Die Hochschulen eignen sich idealerweise als Partner für Forschung und Entwicklung im interkulturellen Management. Vor allem jene, die das Thema bereits curricular verankert haben und/oder in diesem Bereich forschen. Interkulturelles Management ist als Querschnittsaufgabe für Lehre und Forschung zu verstehen und unbedingt in allen Freizeit- und Tourismusstudiengängen zu verankern.

Die Herausgeber möchten sich an dieser Stelle bei den vielen Unterstützern der 17. DGT-Jahrestagung ganz herzlich bedanken. Das gilt neben den vielen „helfenden Händen“ besonders für die Sponsoren, die Referenten und die Autoren dieses Bandes. Besonders bedanken möchten wir uns bei Marie-Lena Berger, die einen wesentlichen Beitrag zu den redaktionellen Arbeiten an diesem Band geleistet hat.

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern eine spannende Lektüre und hoffentlich viele neue Erkenntnisse.

Bremen, Juni 2014

Prof. Dr. Rainer Hartmann
Prof. Dr. Felix B. Herle

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
---------------	---

Kapitel 1: Grundüberlegungen zum interkulturellen Management in Freizeit und Tourismus

Ulrich Bauer

Interkulturell? Pauperkulturell. Fraudekulturell! Ein theoretisches Modell zur Beschreibung des Umgangs mit fremden Kulturen im Tourismus	13
---	----

Heidi Salaverría

Interkulturelle Anerkennung am Beispiel des ländlichen Tourismus in Uruguay	27
---	----

Julia Eva Peters

Tourismusphilosophie – von der Interkulturalität von Denkmustern im tourismuswissenschaftlichen Diskurs.....	41
--	----

Kapitel 2: Interkulturelle Kommunikation als Herausforderung für Destinationen

Nele Marisa von Bergner, Edgar Kreilkamp

Ethno-Marketing als Herausforderung im Destinationsmanagement: Anforderungen an die Kommunikationspolitik für Migranten	53
---	----

Wolfgang Aschauer

Ägyptischer Umsturz, touristischer Absturz? Kulturelle Herausforderungen der künftigen Tourismusentwicklung in Ägypten.....	65
---	----

Felix Bernhard Herle

Symbole von Reisen und Tourismus: Brasilien, China, Deutschland, Japan und USA im Vergleich.....	79
--	----

Kapitel 3: Interkulturelle Vermittlung und Begegnung in Freizeit und Tourismus

Bernd Schabbing

Potenziale des interkulturellen Tourismus für eine bessere Positionierung und Kundenbindung von Reiseveranstaltern und Leistungsträgern..... 91

Susanne Gervers

Kulturvermittlung und Kunstförderung durch Reiseveranstalter? – Konzeption eines Forschungsvorhabens..... 105

Tatjana Thimm

Tango for Export – zur Kommodifizierung von Kulturvermittlung durch Tourismus..... 115

Carola May

Kulturvermittlung durch Literaturinszenierungen: Ein Praxisbericht aus Nordfriesland..... 123

Katharina Anhalt, Eric Horster

Flashpacking: Annäherung an eine Reiseform..... 133

Kapitel 4: Interkulturelle Kompetenz und Kooperation in Freizeit und Tourismus

Thomas Herdin

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation im Tourismus – Herausforderung Asien..... 147

Nicole Fabisch, Antje Wolf

Ausbildung auf dem Prüfstand – Kernkompetenzen im Eventmanagement im europäischen Kontext..... 157

Anita Zehrer, Mike Peters, Birgit Pikkemaat, Cornelia Müllauer

Herausforderungen interkultureller Führung in der Hotellerie 165

Nicolai Scherle, Markus Pillmayer

Vertrauen und Konfliktmanagement als zentrale Erfolgsfaktoren interkultureller Unternehmenskooperationen..... 177

Knut Scherhag, Andrea Menn, Gila Altmann

Herausforderungen bei der Curriculaentwicklung im internationalen Kontext –
ein Erfahrungsbericht 195

Kapitel 5: Interkulturalität als Element des nachhaltigen Tourismus

Rainer Hartmann, Bernd Stecker

Nachhaltiger Städte- und Kulturtourismus in Osteuropa: Vergleichende
Erfassung, Analyse und Beurteilung in Danzig, Vilnius und Sibiu 207

Carolin Stamm

Die Rolle von Nicht-Regierungsorganisationen in gemeindebasierten
Tourismusprojekten in Namibia 219

Ines Carstensen

Neue Verantwortung mit neuen Allianzen – Tourismuswirtschaft und
Entwicklungspolitik..... 231

Kapitel 6: Marktanalysen als Basis für interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus

Rainer Fugmann, Hans Hopfinger

Von der Masse zum Individuum – chinesischer Individualtourismus in der
Destination Deutschland..... 245

Barbara Haller Rupf, Arisa Wada

Optimierungsansätze der Serviceleistungen für japanische Touristen unter
Berücksichtigung kultureller Werte 257

Martina Zschocke, Tina Simon, Paula Moura Lacerda de Souza

Das Image von Brasilien als Basis für die touristische Vermarktung 271

Christoph Burmann, Michael Schade, Andreas Müller

Erfolgreiche Führung von Destinationsmarken – das Fallbeispiel Bremen 281

Autorenverzeichnis..... 289