

Thomas Merkel

Die touristische Bedeutung von Timesharing

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



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.

Impressum:

Copyright © 2005 GRIN Verlag
ISBN: 9783638413480

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/43587>

Thomas Merkel

Die touristische Bedeutung von Timesharing

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Technische Universität Dresden
Fakultät Verkehrswissenschaften „Friedrich List“
Institut Wirtschaft und Verkehr

Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft

Die touristische Bedeutung von Timesharing

Diplomarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades
eines
Diplom-Verkehrswirtschaftler

Abgabetermin:

22. August 2005

Eingereicht von Thomas Merkel

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	X
Anhangverzeichnis	XI
0 Einleitung	1
1 Vorbemerkungen	1
1.1 Aufbau der Arbeit	1
1.2 Abgrenzung des Themas	2
2 Grundlagen	2
2.1 Einführung in die Thematik - Terminologie	2
2.1.1 Der Begriff des Timesharings	3
2.1.1.1 Definition Timesharing	4
2.1.2 Timesharingerwerber und –anbieter	5
2.1.3 Timesharingobjekt und –anteil	6
2.2 Entstehung und Geschichte des Timesharings	6
2.2.1 Entstehung und Anfänge in Europa	7
2.2.2 Entwicklung und Durchbruch in den USA	8
2.2.3 Timesharing in Europa	9
2.3 Timesharing als Produkt der Tourismuswirtschaft	10
2.3.1 Definition Tourismusbegriff	11
2.3.2 Timesharing als Tourismus	11
2.3.3 Die touristische Leistung	12
2.3.4 Timesharing als touristische Leistung	13

2.3.5	Einordnung innerhalb der Tourismuswirtschaft	14
2.4	Zwischenfazit	15
3	Konzept des Timesharings	15
3.1	Das Teilzeitwohnrechtssystem	15
3.1.1	Beteiligte „Personen“ am System	17
3.1.1.1	Developer	17
3.1.1.2	Marketinggesellschaft	18
3.1.1.3	Verwaltungsgesellschaft	18
3.1.1.4	Tauschorganisationen	19
3.1.1.5	Dachorganisationen	20
3.1.1.6	Timesharingbesitzer bzw. –erwerber	20
3.1.1.7	Sonstige Beteiligte	21
3.2	Merkmale des Produktes „Timesharing“	21
3.2.1	Vielzahl der Erwerber und Internationalität	21
3.2.2	Tauschmöglichkeit	22
3.2.2.1	Interner Tausch	23
3.2.2.2	Externer Tausch	23
3.2.3	Kostenfaktoren	24
3.2.3.1	Einstiegszahlung oder Erwerbspreis	24
3.2.3.2	Laufende Kosten	26
3.2.3.3	Tauschkosten	28
3.2.3.4	Reisekosten	29
3.2.4	Zeitfaktor	29
3.2.5	Anlagen und Objekte – Wohneinheiten	30
3.3	Arten von Timesharing	33
3.3.1	Fixes Timesharing	34
3.3.1.1	Festes Datum (fixed time)	34
3.3.1.2	Feste Kalenderwoche (fixed week)	35

3.3.2	Variables Timesharing	35
3.3.2.1	Floating week	36
3.3.2.2	Gesplittete Wochen (splitt weeks)	36
3.3.2.3	Fractional Ownership	36
3.3.2.4	Punktesystem	37
3.3.3	Timeshare ähnliche Arten	38
3.4	Rechtliche Ausgestaltung	39
3.4.1	Timesharingsysteme – Typen, Modelle, Grundformen	39
3.4.1.1	Schuldrechtlich ausgestaltetes Timesharing	40
3.4.1.2	Dinglich ausgestaltetes Timesharing	40
3.4.1.3	Gesellschaftsrechtlich ausgestaltetes Timesharing	41
3.4.1.3.1	Vereinsmodell bzw. –system	42
3.4.1.3.2	Aktienmodell bzw. –system	43
3.4.2	Bestehende Timesharing Gesetze	44
3.4.2.1	Die EU-Richtlinie 94/47/EG	45
3.4.3	Rechtssprechung in Deutschland	46
3.5	Kritische Betrachtung des Konzeptes	48
3.5.1	Soziale und wirtschaftliche Bedeutung von Timesharing	49
3.5.1.1	Soziale Bedeutung	49
3.5.1.2	Wirtschaftliche Bedeutung	59
3.5.2	Vor- und Nachteile des Timesharings	51
3.5.2.1	Anbieter	51
3.5.2.2	Erwerber	53
3.5.2.3	Allgemeinheit und Destinationen	55
3.6	Das Tauschsystem – ein Exkurs	58
3.6.1	Entwicklung und Überblick	58
3.6.2	Bedeutung der Tauschgesellschaften	59
3.6.3	Funktionsweise	60
3.7	Zusammenfassung	61

4	Vermarktung von Timesharing	61
4.1	Anforderungen an das Marketing	62
4.2	Marketing-Mix	63
4.2.1	Vertriebspolitik	63
4.2.1.1	Off-site Vertrieb	63
4.2.1.2	On-site Vertrieb	64
4.2.1.3	Internet und Reisebüro	64
4.2.2	Kommunikationspolitik	65
4.2.2.1	Verkaufsförderung und Werbung	65
4.2.2.2	Öffentlichkeitsarbeit (PR) und Corporate Identity	67
4.2.3	Weitere Bestandteile des Marketing-Mix	68
4.3	Zusammenfassung	68
5	Der Timesharing Markt – Marktanalyse	68
5.1	Einordnung ins Marktmodell und Marktabgrenzung	69
5.1.1	Angebotsfaktoren	70
5.1.2	Nachfragefaktoren	71
5.2	Internationaler Überblick des Marktes	71
5.2.1	Weltweit	71
5.2.2	Europa	73
5.3	Deutschland – Marktanalyse	75
5.3.1	Marktabgrenzung und –eingrenzung	75
5.3.2	Die Angebotsseite	75
5.3.2.1	Marktvolumen und Marktstruktur	75
5.3.2.2	Anbieter auf dem deutschen Markt	76
5.3.2.3	Tauschfirmen auf dem deutschen Markt	77
5.3.2.4	Wiederverkaufsfirmen, Marketing- und Verwaltungsfirmen	78
5.3.2.5	Ferienanlagen	79

5.3.2.6	Konkurrenz und Ersatzprodukte	80
5.3.3	Die Nachfrageseite	81
5.3.3.1	Profil der deutschen Timesharing-Nachfrager	81
5.3.3.2	Profil der Nachfrager mit Nutzungsrechten in Deutschland	82
5.3.3.3	Zielgebiete und Urlaubsdestinationen	83
5.3.3.4	Zielgruppe	84
5.3.3.5	Nachfragepotenzial	84
5.3.4	Umfrage	85
5.4	Fazit	87
6	Aktuelle Entwicklungen und Tendenzen	88
6.1	Vorraussetzungen für das langfristige Gelingen von Timesharing	88
6.2	Probleme aus Sicht der Anbieter und Nutzer in Deutschland	89
6.2.1	Wiederverkauf	89
6.2.2	Image und Reputation	90
6.2.3	Andere Probleme	91
6.3	Chancen und Risiken des Timesharings in Deutschland	92
6.4	Trends und Ausblick weltweit	94
6.5	Zukunft in Deutschland	95
7	Fazit	97
	Anhang	XIII
	Literaturverzeichnis	LV

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
ALDA	American Land Development Association
App.	Appartement
ARDA	American Resort Development Association
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BRD	Bundesrepublik Deutschland
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	cirka
Corp.	Corporation
DBTW	Deutscher Bundesverband für Teilzeitwohnrechte e. V.
d. h.	das heißt
EG	Europäische Gemeinschaft
EGBGB	Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch
et. al.	und andere
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
e. V.	eingetragener Verein
evtl.	eventuell
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
i. d. R.	in der Regel
II	Interval International
insb.	insbesondere
k. A.	keine Angabe(n)
KG	Kommanditgesellschaft
lt.	laut
NARELLO	National Association of Real Estate Licence Law Officials

VIII

OLG	Oberlandesgericht
OPC	Off Property Contact
o. S.	ohne Seite
OTE	Organisation for Timeshare in Europe
p. a.	per annum
PR	Public Relation
PRC	Private Residence Club
RCI	Resort Condominiums International
sog.	so genannte
TzWrG	Teilzeit-Wohnrechte-Gesetz
u. a.	unter anderem
Uni.	Universität
USA	Vereinigten Staaten von Amerika
usw.	und so weiter
v. a.	vor allem
WEG	Wohneigentumsgesetz
WTTC	World Travel and Tourism Council
z. B.	zum Beispiel
zugl.	zugleich

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2-1	Gesamtprodukt Timesharing als „Reisebündel“	13
Abb. 3-1	Teilzeitwohnrechtssystem	16
Abb. 3-2	Zusammensetzung Erwerbssumme	25
Abb. 3-3	Zusammensetzung laufende Kosten	27
Abb. 3-4:	Arten von Ferienanlagen	31
Abb. 3-5	Merkmale des Timesharings	33
Abb. 3-6	Arten des Timesharings	38
Abb. 4-1	Marketingmethoden	66
Abb. 5-1	Tourismusmarkt	69
Abb. 5-2	Timesharingmarkt	70
Abb. 5-3	Entwicklung: Nutzer und Verkaufsvolumen weltweit	72
Abb. 5-4	Der deutsche Timesharingmarkt im Überblick	87

Tabellenverzeichnis

Tab. 3-1	Mitgliedsbeiträge und Tauschgebühren einiger Tauschfirmen	28
Tab. 3-2	Appartementarten und –belegung	32
Tab. 3-3	Vor- und Nachteile für den Anbieter	53
Tab. 3-4	Vor- und Nachteile für den Erwerber	55
Tab. 3-5	Vor- und Nachteile für die Allgemeinheit und Destinationen	57
Tab. 3-6	Marktanteile der Tauschgesellschaften in Europa	59
Tab. 5-1	Weltweit umsatzstärkste Unternehmen	73
Tab. 5-2	Europäische Anbieter	74
Tab. 5-3	Zielgebiete deutscher Timesharing-Nachfrager	83
Tab. 6-1	Chancen und Risiken für das Timesharing in Deutschland	93

Anhangverzeichnis

Anhang 1	Entwicklungspunkte des Timesharings	XIII
Anhang 2	Gliederung des Beherbergungswesens	XIII
Anhang 3	Die Fremdenverkehrsleistung	XIV
Anhang 4	Typische Servicekette beim Timesharing	XIV
Anhang 5	Dienstleistungsorientiertes Marketingmodell im Tourismus	XV
Anhang 6	Grundprinzip externer und interner Tausch	XVI
Anhang 7	Übersicht ausgewählter Tauschfirmen	XVII
Anhang 8	Richtlinien für die Größe der Wohneinheiten	XVII
Anhang 9	Übersicht zur Umsetzung der EU-Richtlinie	XVIII
Anhang 10	Ausgaben europäischer Timesharer	XIX
Anhang 11	Tauschmethoden bei Interval International und RCI	XX
Anhang 12	Marketing-Mix	XXI
Anhang 13	Vertriebspolitik	XXI
Anhang 14	Kommunikationspolitik	XXII
Anhang 15	Anbieterseitige Marketingkanäle	XXII
Anhang 16	Preisdifferenzierung beim Timesharing	XXIII
Anhang 17	Einflussfaktoren auf das Tourismusangebot insb. Timesharingangebot	XXIII
Anhang 18	Einflussfaktoren auf die Tourismusnachfrage insb. Timesharingnachfrage	XXIV
Anhang 19	Weltweite Aufteilung der Resorts	XXIV
Anhang 20	Europäische Verteilung der Nachfrager und Wachstums- entwicklung	XXV
Anhang 21	Einordnung der Marktanalyse in die Analysephase	XXVI
Anhang 22	Übersicht der Mondy Holiday Ferienanlagen	XXVI
Anhang 23	Firmenübersicht Deutschland	XXVII
Anhang 24	Übersicht der Resorts in Deutschland	XXX
Anhang 25	Übersichtskarte der Resorts in Deutschland	XXXI

Anhang 26	Anschriften der Resorts in Deutschland	XXXII
Anhang 27	Verteilung der Resorts nach Appartementanzahl	XXXII
Anhang 28	Ausgezeichnete Resorts in Deutschland	XXXIII
Anhang 29	Profil der deutschen Timesharing-Nachfrager	XXXIV
Anhang 30	Timesharing-Nachfrager mit Nutzungsrechten in Deutschland	XXXV
Anhang 31	Berechnung Nachfragepotenzial	XXXVI
Anhang 32	Altersstruktur der Onlinenutzung in Deutschland	XXXVII
Anhang 33	Fragebogen zur Onlineumfrage	XXXVIII
Anhang 34	Onlineumfrage	XXXIX
Anhang 35	Expertenbefragung	XLII
Anhang 36	EU Richtlinie	XLIV
Anhang 37	Teilzeit-Wohnrechtgesetz – TzWrG	XLVIII
Anhang 38	Gesetzestext BGB	LIII

0 Einleitung

Timesharing – selten zuvor wurde dieses Thema in der Fachliteratur und Öffentlichkeit so kontrovers gesehen. Ausgehend von dieser Diskussion, beschäftigt sich die vorliegende Arbeit intensiv mit dem Thema Timesharing. Mit dieser Diplomarbeit werden mehrere Ziele verfolgt. Zum einen wird ausführlich das Phänomen Timesharing vorgestellt und analysiert. Was ist die Grundidee und die Charakteristik des Timesharings, welche Personen sind involviert und wie hat sich die Idee von ihren Anfängen her, entwickelt? Zum anderen soll gezeigt werden, wie sich das Produkt Timesharing im Tourismus darstellt. Dabei wird konkretisiert, wie dieses Konzept tourismuswirtschaftlich zu bewerten ist und welches die Vor- und Nachteile für Anbieter und Nachfrager sind. Ein weiteres Ziel ist die Darstellung des deutschen Marktes für Timesharing, wobei ebenso Berührungspunkte zum führenden amerikanischen Markt behandelt werden. Es soll gezeigt werden, welche Anbieter auf dem Markt agieren und wie dieser im Einzelnen strukturiert ist. Die nachfrageseitige Analyse des deutschen Marktes wird durch eine Onlineumfrage unterstützt. Die Vermarktung von Timesharing und die Analyse der Probleme, sowie Chancen und Risiken dieses Konzeptes stellen weitere Ziele dar, die untersucht werden. Das Hauptanliegen und Thema der Diplomarbeit ist die Herausarbeitung der Bedeutung des Timesharings im Tourismus, insbesondere am Beispiel von Deutschland.

1 Vorbemerkungen

1.1 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in sieben Kapitel. Dabei werden in den ersten Kapiteln die Grundlagen des Themas gelegt und das Konzept vorgestellt, welches dem Timesharing zugrunde liegt. Im Mittelpunkt stehen dabei u. a., die Herausarbeitung der Produktmerkmale und der Vor- und Nachteile für die Beteiligten. Die verschiedenen Möglichkeiten der Vermarktung von Timesharing, anhand des Marketing-Mix, sind Inhalt des darauf folgenden vierten Kapitels. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Vertriebs- und Kommunikati-