

**Alina Gauss**

## Vom All-Inclusive-Urlaub zur Reise mit dem Wohnmobil. Veränderungen in der Tourismusbranche durch Wertewandel und Terrorgefahr

Eine empirische Studie anhand des Handelszentrums „der Freistaat - Caravaning & More“

**Bachelorarbeit**

# 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](http://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 © 2016 GRIN Verlag  
ISBN: 9783668461048

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/366756>

**Alina Gauss**

**Vom All-Inclusive-Urlaub zur Reise mit dem Wohnmobil.  
Veränderungen in der Tourismusbranche durch Wertewandel und Terrorgefahr**

**Eine empirische Studie anhand des Handelszentrums „der Freistaat – Caravaning & More“**

## **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](http://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](http://www.twitter.com/grin_com)

# **Bachelor-Thesis**

## **Vom All-Inclusive-Urlaub hin zur Reise auf vier Rädern**

Veränderungen in der Tourismusbranche aufgrund des Wertewandels und der aktuellen politischen Lage – eine empirische Studie anhand des Handelszentrums „der Freistaat – Caravaning & More“ in Sulzemoos im Bereich der Wohnmobil- und Wohnwagenvermietung

abgegeben am 12.07.2016 per Post als Einwurf-Einschreiben  
SRH FernHochschule Riedlingen

Wirtschaftspsychologie mit Schwerpunkt Markt- und Werbepsychologie

von  
Alina Sophia Gauss

## **Abstrakt**

Die vorliegende Bachelor Arbeit gibt Einblicke in ausgewählte Teilbereiche der Tourismusbranche. Das Hauptaugenmerk liegt im Verlauf der gesamten Thesis auf der Caravan-Branche. Das Handelszentrum „der Freistaat – Caravaning & More“ in Sulzemoos stellt gemeinsam mit der „HYMER Rent“ Wohnmobilvermietung das Untersuchungsobjekt der durchgeführten empirischen Studie dar.

Im Fokus dieser Arbeit liegen folgende zwei Aspekte: der Wertewandel in der Gesellschaft und im Tourismus sowie die Auswirkungen des Terrorismus auf den Tourismus. Hinsichtlich dieser zwei Themengebiete wurden Kunden der Vermietung des „HYMER Zentrum Sulzemoos“ befragt.

Das Ziel dieser Abschlussarbeit lag in der Ausarbeitung von Optimierungsvorschlägen sowie der Entwicklung von Marketingmaßnahmen für das Handelszentrum.

Durch die Studie konnte die Annahme belegt werden, dass die Zufriedenheit der Kunden sowohl für die Dienstleistung als auch für das gemietete Fahrzeug über dem zu erwarteten Skalenmittelwert von 3,0 liegt. Dem Handelszentrum gelingt es demnach die Bedürfnisse ihrer Kunden zu befriedigen. Optimierungsvorschläge ergeben sich bspw. im Bereich zusätzlicher Serviceleistungen.

Dem hingegen konnte die Annahme, dass die aktuelle Terrorgefahr die Reiseplanung beeinflusst, nicht bestätigt werden. Aus der Studie gehen keine eindeutigen Zusammenhänge hervor. Dennoch zeigt sich, dass Reiseziele im Norden präferiert werden. An dieser Stelle können bewusst weitere Marketingmaßnahmen wie z.B. neue Kooperationen mit Campingplätzen in skandinavischen Ländern eingesetzt werden.

Diese Arbeit ist vor allem für das oben genannte Handelszentrum „der Freistaat – Caravaning & More“ und der dazugehörigen Vermietstation „HYMER Rent“ von Bedeutung. Auch für weitere Kooperationspartner kann diese Arbeit von Interesse sein. Die Autorin selbst erhofft sich zudem einen interdisziplinären Erkenntnisgewinn.

**Schlüsselwörter:** Tourismus – Tourismusbranche – Caravan-Branche – Wertewandel – Sicherheitsbedenken – Terrorgefahr – Tourismusmarketing – Wohnmobil- und Wohnwagenvermietung

## Inhaltsverzeichnis

Abstrakt	2
Abkürzungsverzeichnis	6
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	7
1 Einleitung .....	8
1.1 Problemstellung .....	8
1.2 Zielsetzung der Arbeit .....	10
1.3 Aufbau der Arbeit .....	12
2 Theoretische Grundlagen.....	13
2.1 Tourismusbranche .....	13
2.1.1 Wirtschaftliche Bedeutung .....	14
2.1.2 Entwicklung des Tourismus .....	16
2.1.3 Zukünftige Trends, Aussichten und Probleme der Branche .....	19
2.2 Caravan-Branche .....	21
2.2.1 Definition der Branche .....	22
2.2.2 Entwicklungen.....	22
2.2.3 Vermietung von Wohnmobilen und Wohnwagen .....	25
2.3 Wertewandel im Tourismus.....	26
2.3.1 Begriffserklärung „Wertewandel“ .....	26
2.3.2 Work-Life-Balance .....	30
2.3.3 Auswirkungen auf den Tourismus.....	32
2.4 Tourismus im Kampf gegen Terrorismus .....	34
2.4.1 Neue Dimensionen des Terrorismus.....	35
2.4.2 Risiko und Gefahren .....	37
2.4.3 Mögliche Folgen am Beispiel der Länder Türkei und Ägypten ...	38
2.5 Zu prüfende Annahmen im Rahmen der Bachelor Arbeit.....	40
3 Empirische Untersuchung .....	41
3.1 Das Caravan Handelszentrum „der Freistaat – Caravaning & More“ in Sulzemoos als Untersuchungsobjekt.....	42
3.1.1 Darstellung des Handelszentrums .....	42
3.1.2 Vermietungsstation: „HYMER Rent“ Vermietung .....	43
3.2 Die Befragung .....	44