

Mut zur Lücke – ein Vorwort

Die ganze Welt in einem Taschenbuch? Natürlich geht das nicht, aber wir wagen es doch! Und es muss auch sein!

Die Idee zu diesem Buch ergab sich aus meinen Erfahrungen im Sommersemester 2012 an der Hochschule Rhein-Waal in Kleve und einer Vorlesung für angehende Touristiker. Mit viel Wissen rund um Betriebswirtschaft, Management, Marketing und Rechtsfragen werden die jungen Leute ins Berufsleben geschickt, aber Kenntnisse über die Destinationen, die viele von ihnen einmal in touristisch attraktive Produkte verpacken und erfolgreich vermarkten sollen, erhalten sie kaum – und bringen sie leider aus der Schulzeit genauso wenig mit. An anderen Hochschulen, die ebenfalls Studiengänge zum Tourismus anbieten, sieht das Curriculum manchmal gar keine Beschäftigung mit der Geographie vor.

Vor allem an diese Zielgruppe wendet sich diese Anleitung zum „Landschaften verstehen“. Dabei sollen die Studierenden aller Tourismus-Studiengänge nicht ein „normales“ Geographie-Studium eingedampft für den Schnelldurchgang – oder moderner ausgedrückt: als „App“ zu den weiteren Studieninhalten – geliefert bekommen. Die Auswahl der vorgestellten Themen ist speziell auf die Bedürfnisse des angehenden Touristikern abgestimmt.

Dazu gehört eine Einführung in die vielen Informationen, die in einer Topographischen Karte stecken. Sie zu finden, hilft bei der erfolgreichen Planung von abwechslungsreichen Wanderungen und Radtouren. Die Topographische Karte bietet damit Gelegenheit, das Typische einer Landschaft zu entdecken. Das „versteckte“ Geschichtsbuch in einem Stadtplan lesen zu können, macht es wesentlich leichter, eine neue Stadtführung zu konzipieren. Straßennamen erzählen beispielsweise Wirtschafts-, Sozial- oder Alltagsgeschichte; das räumliche Muster in einem Stadtgrundriss lässt Phasen des Stadtwachstums erkennen; andere Indizien geben Auskunft, weshalb sich die Stadt gerade in dieser Weise entwickelte.

Nach dieser Gebrauchsanweisung für Hilfsmittel/Werkzeuge/Quellen und beliebtem Zeitvertreib von Geographen werden die Landschaften einiger europäischer Destinationen vorgestellt. Die Zusammenhänge zwischen den Naturräumen und den sich unter diesen Umständen entwickelnden recht unterschiedlichen Kulturlandschaften sollen exemplarisch angerissen werden. Weshalb haben zum Beispiel die Landwirtschaft oder die Architektur in diesem Gebiet gerade diese Formen hervorgebracht? Dazu sollen einige Bezüge hergestellt werden. Doch dieses Verständnis von den Zusammenhängen in einer Landschaft soll nicht nur den Touristikern von morgen nützen; es dürfte auch anderen Studierenden der Geowissenschaften interessante Aspekte nahebringen und sie über den engen fachlichen Tellerrand schauen lassen.

Eine Reihe von Beispielen aus der Tourismuspraxis zeigen, wie die physisch- und human-geographischen Vorgaben in diversen Destinationen genutzt werden, manches könnte als Anregung für das Berufsleben gelten. Natürlich ist im Rahmen dieses Buches nur ein exemplarisches Vorgehen möglich, aber viele Erkenntnisse und die Sensibilisierung für die Themen lassen sich auf andere Gebiete übertragen.

Und als geographische bzw. reisehistorische Schmankerl gibt es die Folge von Exkursen „Landschaftswahrnehmung anno x“, in denen man mit den Augen von Reisenden, von Forschern oder frühen Touristen, einige Landschaften sehen kann.

Dr. Gabriele M. Knoll
Kleve, im August 2014

Destination

„Die touristische Nachfrage richtet sich immer nach einem Zielgebiet. Je nach Tourismusform können dies jedoch ein integrierter Hotelkomplex, Kongreßanlagen im Sinne eines ‚resort‘ (zum Beispiel Kongreßtourismus) oder aber ein ganzer Kontinent (zum Beispiel im interkontinentalen Rundreisetourismus) sein. Mit dem Begriff Destination wird das jeweilige, für eine Zielgruppe relevante Zielgebiet umschrieben.

Grundsätzlich können folgende Typen von Destinationen unterschieden werden:

- Traditionelle Destinationen (zum Beispiel Zermatt, Kärnten oder Rügen),
- Neue Destinationen (zum Beispiel Ferienresorts, zentral gesteuerte und durch ein Unternehmen dominierte Ferienorte wie nordamerikanische Skidestinationen),
- Destinationsähnliche Produkte (zum Beispiel Kreuzfahrten, Themenparks).“

(Fuchs et. al. (2008), S. 179)

Landschaften geographisch verstehen und touristisch erschließen

Knoll, G.M.

2014, IX, 215 S. 41 Abb., 1 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-642-55425-4