

Vorwort

Eine ökonomische Beschäftigung mit dem Destinationsmanagement ist es wert, bisweilen gegen die dominierenden Management-orientierten und privatwirtschaftliche Zielkataloge kopierenden Techniken gesetzt zu werden.

Die Anwendung volkswirtschaftlicher Erkenntnisse im Bereich des Incomingtourismus ist eine Notwendigkeit. Es handelt sich bei gebietskörperschaftlichen Destinationen immerhin um staatliche Institutionen; nicht selten wird das vergessen.

Der rote Faden dieses Buches ist wie folgt: Es wird zunächst in Teil A in einer Fallstudie erklärt, wie politische Zielkataloge (und nicht primär Marketingstrategien) ein tourismuswirtschaftliches Leitbild generieren können. In Teil B werden wesentliche Aspekte der Neuen Politischen Ökonomie auf den Incomingtourismus angewendet, bevor in Teil C ein internationaler Vergleich der Strategien erfolgt.

Ralf Bochert