

# INHALTSVERZEICHNIS

|   |      |
|---|------|
| ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....                                | VI   |
| TABELLENVERZEICHNIS .....                                 | VII  |
| ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....                               | VIII |
| TAUCHSPEZIFISCHE, TECHNISCHE UND ENGLISCHE BEGRIFFE ..... | X    |

## **1 Einleitung.....1**

|  |    |
|--|----|
| 1.1 Fragestellung.....                               | 1  |
| 1.2 Ziel der Untersuchung.....                       | 3  |
| 1.3 Abgrenzungen und Definitionen.....               | 4  |
| 1.3.1 Marktanalyse und Prognose.....                 | 4  |
| 1.3.2 Tauch- und tourismusspezifische Begriffe ..... | 5  |
| 1.3.3 E-Commerce .....                               | 7  |
| 1.4 Vorgehensweise .....                             | 8  |
| 1.5 Überblick.....                                   | 10 |

## **2 Konzeption der Untersuchung .....11**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 2.1 Ausgangssituation.....           | 11 |
| 2.2 Methodik .....                   | 12 |
| 2.2.1 Online-Befragung .....         | 12 |
| 2.2.2 Stichprobe .....               | 13 |
| 2.2.3 Fragenprogramm und Design..... | 14 |
| 2.2.4 Veröffentlichung.....          | 17 |
| 2.3 Auswertung und Auffälliges ..... | 21 |
| 2.4 Überblick.....                   | 25 |

## **3 Einführung in den Tauchtourismus.....26**

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Die Anfänge des Tauchtourismus und seine Entwicklung bis heute ..... | 26 |
| 3.2 Imageprofil des Tauchsports und des Tauchers.....                    | 30 |
| 3.3 Marktsegment Tauchreise.....   | 34 |
| 3.4 Überblick.....   | 39 |

## **4 Marktanalyse.....40**

|  |     |
|--|-----|
| 4.1 Exogene Marktfaktoren .....                                      | 40  |
| 4.1.1 Gesamtwirtschaftliche Trends .....                             | 40  |
| 4.1.2 Wertewandel von der Arbeit zum Wassersport .....               | 41  |
| 4.1.3 Trends im Tourismus i.V.m. E-Commerce.....                     | 42  |
| 4.1.4 Ökologie.....  | 44  |
| 4.2 Tauchreisemarkt.....   | 45  |
| 4.2.1 Produkt Tauchreise .....                                       | 45  |
| 4.2.1.1 Tauchreise zwischen Anbieter und Nachfrage .....             | 45  |
| 4.2.1.2 Tauchreise im Detail.....                                    | 47  |
| 4.2.1.3 Tauchsegment .....   | 56  |
| 4.2.1.4 Differenzierung der Tauchreise .....                         | 60  |
| 4.2.1.5 Überblick.....   | 62  |
| 4.2.2 Tauchdestinationen .....                                       | 63  |
| 4.2.2.1 Voraussetzungen einer Tauchdestination .....                 | 63  |
| 4.2.2.2 Wirtschaftliche Bedeutung des Tauchtourismus .....           | 68  |
| 4.2.2.3 Herausforderungen: Korallenbleiche und Massentourismus ..    | 69  |
| 4.2.2.4 Überblick.....   | 73  |
| 4.2.3 Tauchreiseveranstalter i.V.m. E-Commerce .....                 | 74  |
| 4.2.3.1 Umsatz, Teilnehmer und Wettbewerb .....                      | 74  |
| 4.2.3.2 Spezialveranstalter, Generalisten und Schwarztourismus ..... | 79  |
| 4.2.3.3 E-Commerce .....   | 84  |
| 4.2.3.4 Überblick: .....   | 91  |
| 4.2.4 Tauchtourist .....   | 92  |
| 4.2.4.1 Soziodemographie.....  | 92  |
| 4.2.4.2 Motive .....   | 95  |
| 4.2.4.3 Typenbildung .....   | 97  |
| 4.2.4.4 Urlaubstaucher vs. Heimattaucher.....                        | 99  |
| 4.2.4.5 Wünsche, Träume .....  | 102 |
| 4.2.4.6 Überblick.....   | 104 |
| 4.3 SWOT: Marktchancen und –risiken, Schwächen und Stärken .....     | 105 |
| 4.4 Überblick.....   | 110 |

## **5 Prognose.....111**

|   |     |
|---|-----|
| 5.1 Tauchtourismus in der Zukunft.....                      | 111 |
| 5.2 Marktpotential.....                                     | 115 |
| 5.3 Konzepte zum Umgang mit steigendem Tauchtourismus ..... | 116 |

## **6 Schlußwort.....119**

**LITERATUR- UND QUELLENNACHWEIS .....** XII

**EHRENWÖRTLICHE ERKLÄRUNG: .....** XIX

**ANHANG CD-ROM**