

Herausgeber Hans Hopfinger und Christian Steiner
Lehrstuhl für Kulturgeographie / Arbeitsgruppe Humangeographie
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Rainer Fugmann

Chinesische Touristen im Ausland

Im Spannungsfeld von Politik, Ökonomie
und gesellschaftlichem Wandel

PROFILVERLAG

Inhaltsverzeichnis

	Danksagung.....	5
I	Ausgangslage, Zielsetzung, Forschungsdesign und Aufbau der Untersuchung.....	11
1.1	Der Internationale Tourismus im Wandel: Eine Standortbestimmung des chinesischen Auslandstourismus.....	11
1.2	Zielsetzung und Einordnung der Untersuchung.....	13
1.3	Methodik und Forschungsdesign der Untersuchung.....	20
1.3.1	Empirische Untersuchungsphasen.....	22
1.3.2	Probleme bei der empirischen Umsetzung der Erhebungen.....	28
1.4	Aufbau der Untersuchung.....	30
II	Tourismusentwicklung in China im historisch-politischen Kontext	33
2.1	Die Mao-Ära (1949–1978): Tourismus als diplomatisches Vehikel.....	35
2.2	Die Deng-Ära (1978–97): Tourismus als Triebfeder der Ökonomie.....	38
2.3	Die Nach-Deng-Ära (1997 bis heute): Tourismus als multifunktionaler Sektor.....	45
2.3.1	Sozio-ökonomisch: Stabilisator der Wirtschaft und Vehikel zur Überwindung von Disparitäten.....	46
2.3.2	Sozial: Tourismus als Ausdruck einer Wohlstandsgesellschaft.....	47
2.3.3	Ideologisch-kulturell: Tourismus als Mittel zur ideologischen Erziehung.....	49
2.3.4	Politisch-diplomatisch: Tourismus als Vehikel der Außenpolitik.....	53
2.4	Tourismusentwicklung in China im historisch-politischen Kontext: Ein Resümee.....	69
III	Die Entwicklung des chinesischen Reisemarktes im Kontext rechtlicher Einflussgrößen.....	73
3.1	Regulierte Deregulierung: Historisch-genetische Entwicklung des rechtlich-institutionellen Rahmens des chinesischen Reisemarktes.....	74
3.1.1	Die <i>Provisional Regulations on the Administration of Travel Agencies</i> von 1985.....	76
3.1.2	Die <i>Regulations on the Administration of Travel Agencies</i> von 1996.....	77
3.1.3	Die <i>Interim Measures Concerning Administration of Self-Funded Outbound Tours by Chinese Citizens</i> von 1997 und die <i>Measures for Administration of Outbound Tours by Chinese Citizens</i> von 2002.....	78
3.1.4	Die Revision der <i>Regulations on the Administration of Travel Agencies</i> von 2002.....	80
3.1.5	Die <i>Provisional Regulations for the Establishment of Foreign-Controlled and Wholly Foreign-Owned Travel Agencies</i> von 2003 und 2005.....	82

3.1.6	Die <i>Regulation on Travel Agencies</i> von 2009	83
3.1.7	Das Tourism Law of the People's Republic of China von 2013.....	89
3.1.8	Der rechtlich-institutionelle Rahmen des chinesischen Reisemarktes: Eine abschließende Bewertung.....	99
3.2	Entwicklungsphasen des chinesischen Reisemarktes.....	102
3.2.1	Phase I: Das Versuchsstadium	103
3.2.2	Phase II: Das Initialstadium.....	111
3.2.3	Phase III: Das Entwicklungsstadium – ein Ausblick.....	116
3.3	Charakteristische Strukturen des chinesischen Reisemarktes	118
3.3.1	Ausländische Direktinvestitionen im Kontext von Kontrolle und Perspektive.....	119
3.3.2	Traditionelle chinesische Reiseveranstalter im Kontext Oligopol	132
	und Innovativität	132
3.3.3	Kleinere und mittlere (Spezial-)Reiseveranstalter im Kontext von Legalität und Innovativität.....	158
3.3.4	Online Reiseveranstalter zwischen Progressivität und Konkurrenz	174
3.4	Entwicklungen im chinesischen Reisemarkt im Kontext rechtlicher Einflussgrößen: Ein Resümee.....	194
IV	Determinanten für die Entwicklung eines chinesischen Auslands- Individualtourismus	199
4.1	„External constraints“ – Reiseausgaben und Reisekosten.....	200
4.2	„External constraints“ – Pass- und Visumformalitäten	213
4.3	„External constraints“ – Verfügbarkeit von Freizeit und Urlaub	230
4.4	„Internal control“ – Internet und die chinesische „Digital culture“ im politisch-gesellschaftlichen Diskurs.....	242
4.4.1	Internet und Internetnutzung in China: Eine deskriptive Annäherung .	243
4.4.2	Die chinesische „Digital culture“ und das „China wide web“	247
4.5	„Internal control“ – Gesellschaftlicher Wandel in China im Kontext von Kultur und Identität	254
4.5.1	Gesellschaftlicher Wandel in China im Kontext von Internationalität und Globalisierung.....	255
4.5.2	Gesellschaftlicher Wandel in China im Kontext sich intern wandelnder Wertigkeiten.....	262
4.5.3	Selbstbestimmte Reiseformen im Kontext des gesellschaftlichen Wandels in China: Das Beispiel der „Donkey friends“	273
4.6	„Inward constraints“ – Reiseerfahrung.....	276
4.6.1	Sprachkompetenz als Determinante für individuelles Reisen.....	278
4.6.2	Reiseerfahrung als Determinante für individuelles Reisen	282
4.7	Determinanten für die Entwicklung eines chinesischen Auslands- Individualtourismus – Ein Resümee	302

V	„Der“ chinesische Individualtourist – eine kritische Auseinandersetzung mit Reisepraktiken und Narrativen chinesischer Individualtouristen	305
5.1	Theoretisch-konzeptionelle Einordnung des Untersuchungsgegenstandes.....	305
5.1.1	„Der Tourist“ – Eine Homogenisierung.....	305
5.1.2	Typologien von Touristen – eine Erweiterung.....	307
5.1.3	Typen und Subtypen von Touristen – eine Unübersichtlichkeit	310
5.1.4	Typologien von Touristen und ihre Grenzen	315
5.2	Eine Annäherung an das Untersuchungsobjekt – Versuch einer Typisierung und Definition chinesischer Individualtouristen	320
5.2.1	Übergreifende Charakteristika chinesischer Individualtouristen	321
5.2.2	Differenzierungsansätze chinesischer Individualtouristen	326
5.3	Vom Objekt zum Subjekt – eine Annäherung an Narrative und Praktiken chinesischer Individualtouristen.....	338
5.3.1	„Ich bin nicht ...“ – Eine theoretische Annäherung an Abgrenzungspraktiken zwischen „Touristen“ und „Reisenden“	339
5.3.2	„Ich bin ...“ – Eine theoretische Annäherung an Identitätszuschreibungen im Tourismus	350
5.3.3	„Ich will ...“ – Eine theoretische Annäherung an touristische Praktiken im Kontext von Authentizität bereister Orte	362
5.4	„Der“ chinesische Individualtourist – eine Resümee über Reisepraktiken und Narrative chinesischer Individualtouristen	383
VI	„The Chinese Way of Travelling“ – Resümee und Ausblick.....	387
	Anhang.....	394
	Literaturverzeichnis	422
	Abbildungsverzeichnis	453
	Tabellenverzeichnis	454
	Abkürzungsverzeichnis.....	455