
BACHELORARBEIT

Frau
Nadina Ramic

**Einfluss der Medien auf das
Buchungsverhalten bei Reisen
in Krisendestinationen an den
Beispielen Türkei und Ägypten**

2017

BACHELORARBEIT

Einfluss der Medien auf das Buchungsverhalten bei Reisen in Krisendestinationen an den Beispielen Türkei und Ägypten

Autorin:
Frau Nadina Ramic

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM13wT2-B

Erstprüfer:
Professor Waldemar Stotz

Zweitprüfer:
**Dipl. Betriebswirt / MBA
Christiane Hensel-Gatos**

Einreichung:
Hamburg, 23. Januar 2017

BACHELOR THESIS

Influence of the media on the booking behavior on travels to crisis destinations at the example of Turkey and Egypt

author:

Ms. Nadina Ramic

course of studies:

Business Management

seminar group:

BM13Wt2-B

first examiner:

Professor Waldemar Stotz

second examiner:

**Dipl. Econ. / MBA
Christiane Hensel-Gatos**

submission:

Hamburg, 23rd January 2017

Bibliografische Angaben

Ramic, Nadina:

Einfluss der Medien auf das Buchungsverhalten bei Reisen in Krisendestinationen an den Beispielen Türkei und Ägypten

Influence of the media on the booking behavior on travels to crisis destinations at the example of Turkey and Egypt

45 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Einfluss der Medien auf das Buchungsverhalten bei Reisen in Krisendestinationen an den Beispielen Türkei und Ägypten.

Anhand von bestimmten Kriterien wird die Veränderung des Buchungsverhaltens in Bezug auf Reisen in Krisendestinationen untersucht. Es werden die Themenbereiche Krise, Medien, Tourismus und Buchungsverhalten dargestellt. Dabei wird untersucht, in welchem Zusammenhang diese Faktoren zueinander stehen und auf welche Weise sie sich auf das Buchungsverhalten in Krisendestinationen auswirken.

Weiterhin werden die aktuellen Krisendestinationen Türkei und Ägypten betrachtet. Es wird betrachtet, wie sich das Buchungsverhalten auf Grund der derzeitigen Situationen verändert hat.

Um einen praxisnahen Eindruck des Buchungsverhaltens bezüglich der Türkei und Ägypten zu erlangen, werden aktuelle Fälle der Medienberichte aufgegriffen und mithilfe von ausgearbeiteten Kriterien differenziert, betrachtet, untersucht und ausgewertet.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	IX
1 Einleitung	1
1.1 Aufbau und Inhalt der Arbeit	2
1.2 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	2
2 Krise	3
2.1 Definition	3
2.2 Arten einer Krise	5
2.2.1 Unangekündigte Krisen	6
2.2.2 Wirtschaftliche Krisen	6
2.2.3 Politische Krisen	6
2.2.4 Terroristische Krisen.....	7
3 Medien	8
3.1 Arten von Medien	9
3.2 Einfluss von Medien auf die Meinungsbildung der Bürger.....	13
4 Tourismus	16
4.1 Definition	16
4.2 Der Tourist	18
4.3 Die Tourismuskritik	18
5 Buchungsverhalten	19
5.1 Definition	19
5.2 Buchungsverhalten in Krisenzeiten.....	21
6 Türkei als Krisendestination	23
6.1 Entwicklung und Bedeutung der Aufstände	23
6.2 Auswirkungen auf das Buchungsverhalten.....	25
7 Ägypten als Krisendestination	26
7.1 Entwicklung und Bedeutung der Aufstände	26
7.2 Auswirkungen auf das Buchungsverhalten.....	27

8	Empirie	29
8.1	Analyse der Medienberichte	30
8.2	Auswertung	41
8.3	Ergebnisdarstellung	43
9	Fazit und Ausblick	45
	Literaturverzeichnis	XI
	Eigenständigkeitserklärung	XVI

Abkürzungsverzeichnis

AKP	Adalet ve Kalkinma Partisi
Ca.	circa
D.h.	Das heißt
DRV	Deutscher Reiseverband
f.	folgend
ff.	fortfolgend
FTI	Frosch Touristik GmbH
FVW	Fremdenverkehrswirtschaft
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
i.d.R.	in der Regel
MSC	Mediterranean Shipping Company
PKK	Partiya Karkeren Kurdistane
TUI	Touristik Union International
WTO	World Tourism Organization
z.B.	zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Printmedien	
Quelle: Eigene Darstellung.....	10
Abbildung 2: Printmedien	
Quelle: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/165834/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-medien-in-deutschland/	11
Abbildung 3: Fernsehen und Internet	
Quelle: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/165834/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-medien-in-deutschland/	12

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gewicht der verschiedenen Mediengattungen in Deutschland 2015 für die Meinungsbildung (in %)

Quelle: MedienVielfaltsMonitor, Ergebnisse 2. Halbjahr 2015; Berlin/München 2016;

»<http://www.die-medienanstalten.de/publikationen/medienkonvergenzmonitor.html>«. 14

Tabelle 2: Buchungsanteile Januar 2016

Quelle: CHECK24 28

1 Einleitung

„Terror an deutschen Urlaubszielen – Gewisse Buchungszurückhaltung spürbar.“¹

Das Reisen hat in der Gesellschaft eine hohe Bedeutung. Es wird individuell hoch bewertet und bietet dadurch einen dynamischen Markt für diverse Bereiche.

Jahr für Jahr entwickeln sich die Türkei und Ägypten als beliebte Reiseziele der Deutschen. Urlaube in diese Länder werden von bestimmten Zielgruppen favorisiert. Und zwar von Familien, Paaren oder auch Ledigen.

Aus derzeitigen Problemen ergibt sich die Fragestellung, ob sich das Buchungsverhalten von deutschen Reisenden aufgrund des Einflusses der Medien bei Reisen in Krisendestinationen an den Beispielen Türkei und Ägypten verändert.

Deutlich wird, dass die Buchungszahlen zurückgehen. Es wird veranschaulicht, dass der Faktor Sicherheit doch eine enorme Rolle während der Reise und der vorherigen Buchung spielt.

Statistiken zeigen, dass sich die Zahlen der Reisenden in den oben genannten Destinationen verringert haben. Im Jahr 2016 liegt der prozentuale Anteil für die Türkei, als beliebtes Reiseziel, bei 6 Prozent. Im Vorjahr waren es noch 6,5 Prozent. Auch die Werte im Hinblick auf Ägypten haben sich verändert. Es liegt eine Differenz von 0,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr vor.²

Beeinflusst werden diese Zahlen durch die aktuellen Situationen vor Ort, sowie durch die Berichterstattungen, die das Publikum informieren und versuchen, dieses in eine vorgegebene Richtung zu lenken.

¹Vgl. n-tv, <http://www.n-tv.de/reise/Gewisse-Buchungszurueckhaltung-spuerbar-article16756116.html>; abgerufen am 30.11.2016 um 18:45 Uhr

² Vgl. Statista, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170822/umfrage/tourismus---beliebteste-urlaubsziele-der-letzten-12-monate/>, abgerufen am 30.11.2016 um 19:08 Uhr

1.1 Aufbau und Inhalt der Arbeit

Im folgenden Abschnitt dieser Arbeit werden der Aufbau sowie der Inhalt der Bachelorarbeit dargestellt. Diese Bachelorarbeit gliedert sich in drei Abschnitte. Der erste Teil widmet sich der Theorie, in dem relevante theoretische Grundkenntnisse aus der Literatur erhoben werden. Der zweite Teil stellt den empirischen Teil dar, welcher die Analyse der Medienberichte anhand der ausgewählten Destinationen, Türkei und Ägypten umfasst. Abschließend folgt die Schlussbetrachtung, in der zentrale Ergebnisse der Arbeit zur Beantwortung der forschungsleitenden Frage zusammengeführt werden, sowie ein Ausblick auf die zukünftige Situation. Die Vorgehensweise bei der Analyse des oben genannten Beispiels, besteht aus der Ausarbeitung gewisser Kennzahlen und der Übertragung dieser auf diverse Medienberichte, um die Problematik des Themas nachvollziehbar zu gestalten.

Die ausgewählten Falldestinationen fokussieren sich im Besonderen auf die zahlreichen Darstellungen der aktuellen Situationen in den Medien. Die Medienberichte aus diversen Medienbereichen werden untersucht, analysiert und ausgewertet. Anschließend werden die unmittelbaren Auswirkungen der Berichterstattung auf das Buchungsverhalten zurückgeführt.

1.2 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit

Die Türkei und Ägypten gelten weltweit als sehr populäre Reiseziele. Durch die örtlich vorliegenden Situationen, verursacht durch die politischen Aufstände und die Unruhen, sind Änderungen des Buchungsverhaltens zu vermerken. Angesichts dieser negativen Veränderungen muss der Grund analysiert werden. Sehr wahrscheinlich für diesen Rückgang ist auf der einen Seite die gegenwärtige Lage, auf der anderen Seite sind es die Medien und deren Berichterstattungen.

Zielsetzung und Intention dieser Arbeit ist es, das Verhalten der Bürger und der potentiellen Reisenden im Bereich des Buchungsverhaltens angesichts der Destinationen Türkei und Ägypten darzustellen und in Bezug auf die Medienberichterstattung empirisch zu überprüfen. Die möglichen Veränderungen des Buchungsverhaltens und die Gründe dafür gilt es zu erarbeiten und zu verdeutlichen.

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit ergibt sich die folgende Forschungsfrage: Verändert sich das Buchungsverhalten von deutschen Reisenden trotz unveränderter Krisensituation in direkter Abhängigkeit zur Medienberichterstattung?

2 Krise

„[...] Die Krise kommt, die Krise geht, die Welt ganz einfach fortbesteht.“³

2.1 Definition

Der Begriff **Krise** stammt aus dem Griechischen. Crisis bedeutet zu deutsch Wendepunkt, Chance oder Entscheidungssituation.⁴ Krisen sind Zustände, die die Struktur eines jeden Systems mit unvorhersehbaren Folgen verändern. Heute ist der Begriff und seine Bedeutung nicht mehr neutral aufzufassen, sondern häufig negativ. Aus diesem Grund wird der Begriff auf verschiedene Weisen interpretiert und dargestellt.

Typisch für Krisen sind ausschlaggebende Ereignisse, die einen hohen Entscheidungs- und Handlungszwang unter äußerstem Zeitdruck erfordern. Krisen bieten begrenzte Eingriffsmöglichkeiten und müssen genau analysiert werden.⁵

„Krise ist heute zur Normalität geworden [...]. Krisen können in allen Arten von Systemen auftreten.“⁶ Ein Beispiel dafür sind die Gesetze Murphys.

„1. In jedem Bereich menschlicher Tätigkeit geht das schief, was schiefgehen kann.

2. Bleiben die Dinge sich selbst überlassen, entwickeln sie sich immer zum Schlimmsten.

3. Besteht die Möglichkeit, dass verschiedene Dinge schief laufen können, dann läuft genau das schief, was den meisten Schaden anrichten wird.

4. Sieht es danach aus, als lief alles gut, dann haben Sie offensichtlich etwas übersehen.

³ Vgl. Wolfgang J. Reus

⁴ Vgl. Reineke, 1997, S. 12

⁵ Vgl. Berg, S. 559

⁶ Vgl. Reineke, 1997, S. 9 ff.

*5. Die Natur steht immer auf der Seite des verborgenen Fehlers.*⁷

Bei diesen Gesetzen handelt es sich um eine Lebensweisheit, die eine Darstellung über menschliches Scheitern oder über Fehlerquellen in komplizierten Systemen gibt.

Erkennbar sind Krisen jedoch durch die Risiken, die auf jedes System einwirken, denn *„Risiken sind die vorweggenommenen, die erwarteten Krisen.“*⁸

*„Das Ziel [...] in Krisen [...] kann nicht sein, eine Krise zu gewinnen [...]. Das Ziel kann nur sein, [...] sie so zu managen, dass der normale Alltag [...] so schnell wie möglich wieder eintritt. [...] Panik, Aktionismus und Schnellschüsse sind schlechte Reaktionen auf Krisen.“*⁹

Jede Krise verläuft in einem zeitlichen Ablauf. Dieser besteht aus drei Phasen. In der ersten Phase, der Steilphase, treten Schockinteresse, Neugierde und Panik in der Öffentlichkeit auf.

Die zweite Phase, die Plateauphase, regt das Öffentlichkeitsinteresse durch weitere Nachrichten und Kommentare, Diskussionen innerhalb und außerhalb der Medien, sowie durch Berichte an.

Die dritte und letzte Phase, ist die Umschlagsphase. Diese entwickelt sich langsam. Die Berichterstattung wird zur Normalität und das Publikum mit nur einem einzigen Thema überschüttet.¹⁰

Krisen können nochmals in weitere Begriffe abgegrenzt werden. Es wird zwischen einem Konflikt, einer Störung und einer Katastrophe unterschieden.

Konflikte werden als *„[...] latente oder manifeste Gegensätzlichkeiten in den Beziehungen zwischen den personalen Elementen der Unternehmung“* verstanden, und *„[...] die sich Extrem in offen und besonders heftigen Auseinandersetzungen äußern können.“*¹¹

⁷ Vgl. Reineke, 1997, S. 11

⁸ Vgl. Reineke, 1997, S. 14

⁹ Vgl. Reineke, 1997, S. 10

¹⁰ Vgl. Reineke, 1997, S. 42

¹¹ Vgl. Dahrendorf, 1961, S. 201 f.; Krüger, 1981, S. 912; Mayntz, 1975 nach Krystek, 1987, S. 9

Störungen sind „Beeinträchtigungen der sachlichen Elemente durch interne oder externe Einflüsse.“¹² Störungen belasten die Strukturen und sind keine Ausnahmeerscheinungen, sondern einkalkulierte Abweichungen.“¹³

Eine **Katastrophe** wird als „[...] entscheidende Wendung zum Schlimmen mit verheerendem (meist tödlichem) Ausgang verstanden.“¹⁴ Sie wird auch als kollektive Krise bezeichnet und ist ein plötzlich auftretendes, erschwerendes Ereignis, dessen Wahrnehmung und Ausmaß besonders in Zeiten einer weltweit medialen Berichtersattung, von einer breiten Masse wahrgenommen wird.

2.2 Arten einer Krise

„Von Menschen ausgelöste Krisen führen i.d.R. zu weitaus negativeren Folgen als natürliche Krisen.“¹⁵

Der Begriff Krise soll sich in dieser Arbeit wesentlich an den folgenden Begriffen orientieren:

- Unangekündigte Krisen
- Wirtschaftliche Krisen
- Politische Krisen
- Terroristische Krisen

¹² Vgl. Krystek, 1987, S. 8

¹³ Vgl. Krystek, 1987, S. 9

¹⁴ Vgl. Krystek, 1987, S. 9

¹⁵ Vgl. Glaesser, 2001

2.2.1 Unangekündigte Krisen

Unangekündigte Krisen sind kritische Lebensereignisse, die von keinem vorhergesehen werden können und denen nicht vorgebeugt werden kann. Diese Arten von Krisen treten unabsichtlich auf und können erst nach dem Eintritt analysiert und beseitigt werden. Meistens handelt es sich um Unfälle mit einer relativ hohen Zahl von Verletzten und Toten, sowie Terroranschlägen oder kriminellen Übergriffen. Die Reisenden oder die potentiellen Reisenden werden dementsprechend ohne weiteres involviert.

2.2.2 Wirtschaftliche Krisen

An dieser Stelle handelt es sich um kollektive Krisen. Die Wirtschaftskrise ist im Grunde genommen eine Phase einer sichtbar und spürbar negativen Entwicklung des Wirtschaftswachstums. D.h. Bedingungen auf einem Markt verändern sich plötzlich und unerwartet. Auslöser sind sinkende Gewinne, fehlende Innovationen, ein härterer Wettbewerb oder ernstzunehmende Konkurrenz.

2.2.3 Politische Krisen

Der Begriff "politisch" stammt aus dem Griechischen: "Politikos" bedeutet "*die Bürgerschaft*" oder "*Staatsverwaltung betreffend.*" Meist treten politische Krisen auf, wenn eine Änderung in der Politik vorliegt und Folgen für die Bürger oder einzelne Bezugsgruppen hat. Sie werden ausgelöst durch kritische Interessengruppen, die ihre Vorstellungen und Rechte vertreten und schützen. Ideal ist es zwischen einer außenpolitischen und einer internationalen Krise zu unterscheiden.

Die außenpolitische Krise lässt sich wie folgt definieren: einer Partei, z.B. einem Staat liegt eine Krisensituation vor. Diese Partei ist der Ansicht, dass mindestens eine Weitere Partei in diese Situation involviert ist. Die außenstehende Partei ist sich dessen jedoch nicht bewusst. Die internationale Krise tritt erst dann ein, wenn die potentiellen Partei die Krisensituation wahrnimmt und sich durch diese bedroht fühlt.

In den meisten Fällen tritt während einer Krise oder anschließend eine terroristische Handlung ein, die den Begriff terroristische Krise trägt.

2.2.4 Terroristische Krisen

Terroristische Krisen entstehen aus der Unzufriedenheit heraus. Sie richten sich gegen einen Staat, bestimmte Personengruppen oder die Öffentlichkeit.

Der Begriff Terror umfasst alle „*kriminellen Aktivitäten, die sich gegen einen Staat richten und die Absicht haben oder daraufhin angelegt sind, einen Zustand des Terrors in den Köpfen bestimmter Personen oder einer Gruppe von Personen oder der allgemeinen Öffentlichkeit zu schaffen.*“¹⁶

Terroristische Krisen werden von mindestens zwei, wenn nicht sogar von mehreren Parteien ausgeführt. Diese Art der Krise ist immer mit einem Akt der Gewalt verbunden, der eine Vielzahl von Verletzten und Toten mit sich bringt.

Die Situationen in den gewählten Falldestinationen Türkei und Ägypten sind auf mehrere der oben erläuterten Krisentypen zurückzuführen.

Die Krise und die daraus entstandenen Aufstände in der Türkei beginnen mit den politischen Änderungen seitens des Präsidenten Recep Tayyip Erdogan.

Durch eine enorme Masse von unzufriedenen und aufgebrachten Bürgern entstehen die Aufstände, die einen terroristischen Beigeschmack nicht vermeiden lassen. Beispiele dafür sind die Schießereien auf den Straßen, Explosionen und die endlosen Demonstrationen wie beispielweise auf dem berühmten Taksim-Platz in Istanbul.

Die aktuelle Situation ist dementsprechend eine Kombination aus der politischen und der terroristischen Krise, die unangekündigt eingetreten sind.

Eine ähnliche Situation spielte sich vor einigen Jahren in Ägypten ab. Auch hier entstand die Kombination aus politischer und terroristischer Krise.

Aufgrund der Medienberichterstattung gelangen die Informationen nach Deutschland. Über die derzeitige Situation in der Türkei wird noch immer berichtet, die Berichterstattung rund um die Geschehnisse in Ägypten ist es sehr ruhig geworden, sodass sich die Sichtweise und das Interesse stark reduziert haben.

¹⁶ Vgl. Qureshi, 1976, S. 152

3 Medien

„Die Medien haben zwar keinen großen Einfluss auf das, was das Publikum zu einzelnen Themen denkt, aber einen erheblichen Einfluss darauf, worüber es sich Gedanken macht.“¹⁷

Medien haben heutzutage weltweite Bedeutung. Sie erreichen nahezu die gesamte Gesellschaft und sind in der Lage die Position eines jeden einzelnen über fünf bestimmte Funktionen zu beeinflussen. Diese Funktionen, sind:

- Den Horizont erweitern
- Das Wissen vermitteln
- Objektiv beziehungsweise neutral informieren
- Eine gewisse Transparenz schaffen
- Die Lebensqualität verbessern.

Einige dieser Funktionen überschneiden sich mit den festgelegten Aufgaben der Medien.

- *„Die Information der Bevölkerung*
- *Das Herstellen einer Kommunikationsarena für eine öffentlich politische Diskussion*
- *Die Kritik und Kontrolle von Entscheidungsträgern“¹⁸*

Die Medien spielen ebenfalls eine enorm wichtige Rolle im Umgang und der Aufbereitung von negativen Ereignissen. Damit negative Ereignisse wahrgenommen werden, müssen diese zu einer direkt erlebten oder kommunizierten Wirkung führen.¹⁹
„Schweigen und Tabuisierung in kritischen Situationen haben sich erfahrungsgemäß als tödlich erwiesen.“²⁰

¹⁷ Vgl. Bernard C. Cohen, 1963

¹⁸ Vgl. Peters, 1998, S. 5 ff.

¹⁹ Vgl. Glaesser, 2001, S. 51

²⁰ Vgl. Reineke, 1997, S. 10

Aus diesem Grund wird erwartet, dass die Medien zügig, direkt, informativ und mit Verantwortungsbewusstsein berichten. Um ein Ereignis als Nachricht weiterzugeben muss dieses auf ausgewählte Punkte überprüft werden. Dazu zählt z.B. die Neuheit des Ereignisses, die Tragweite dessen oder das Ausmaß. Dafür eignen sich die Massenmedien optimal.

3.1 Arten von Medien

Massenmedien sind „*technische Mittel zur Vermittlung von Informationen und Emotionen bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern an ein voneinander getrenntes Publikum.*“ Es wird unterteilt in „*Printmedien, Rundfunkmedien, audiovisuelle Medien, Tonträger, Nachrichtentechnische Medien und computergeschützte Medien.*“²¹ Die Massenmedien haben in der Demokratie eine wichtige Aufgabe zu erfüllen. Sie sollen umfängliche, also ausführliche, sachgemäße und verständliche Informationen liefern, um den Bürgern die Möglichkeit einzuräumen sich eine politische Meinung zu bilden und an politischen Entscheidungen mitzuwirken. Dafür garantiert Artikel 5 aus dem deutschen Grundgesetz. Er genehmigt den Medien die Freiheit der Berichterstattung und untersagt jede Art der Zensur. Durch die Massenmedien werden die eigenen Einstellungen und Meinungen der Empfänger in eine durch die Medien vorgegebene Richtung gelenkt.²²

Für diese Arbeit haben nur drei der genannten Medien Relevanz.

- Die Printmedien
- Das Fernsehen
- Das Internet

²¹ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/massenmedien.html>, abgerufen am 30.11.2016 um 11:38 Uhr

²² Vgl. Kroeber-Riel, 1992, S. 59 ff.

Printmedien ist der „Sammelbegriff für alle auf Papier gedruckten Medien.“²³ Dazu zählen Tageszeitungen, regional und überregional, Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften und Bücher.

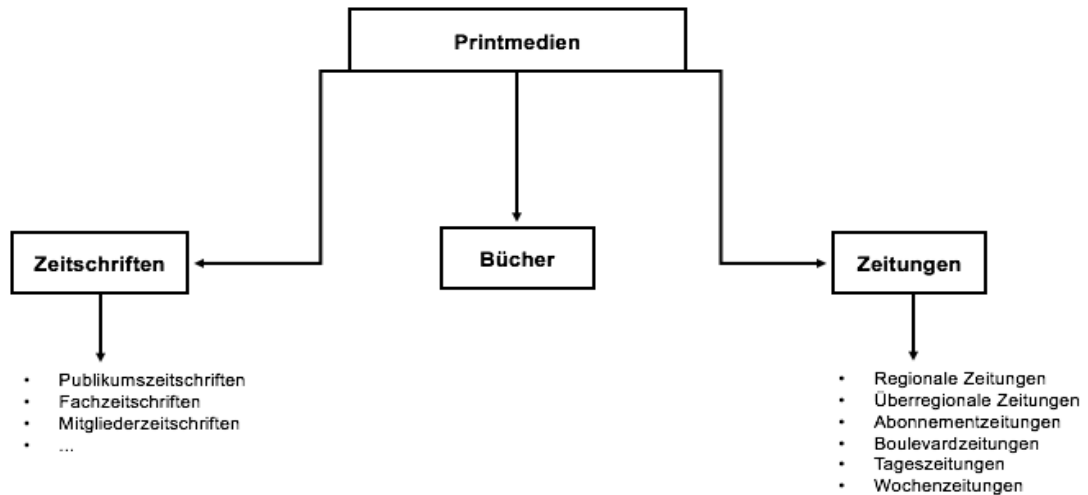


Abbildung 1: Printmedien
Quelle: Eigene Darstellung

Durch gedruckte Medien können mehr und ausführlichere Informationen transportiert werden. Printmedien haben einen höheren Aufmerksamkeitsgrad und bieten eine intensivere Informationsverbreitung und Auseinandersetzung mit den Inhalten. Besonders geeignet ist diese Art von Medium, um Menschen auf der kognitiv-rationalen Ebene anzusprechen. Es werden insbesondere die erreicht, die sich für das Thema interessieren und schon dafür sensibilisiert sind. Nachteil der Printmedien sind die einstimmigen Präsentationen verschiedener Artikel in einer Zeitung oder Zeitschrift, die für enorme Verwirrung, Misstrauen und in Zweifel ziehen sorgen können.

²³ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/printmedien.html>, abgerufen am 14.01.2017 um 15:00 Uhr



Abbildung 2: Printmedien

Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/165834/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-medien-in-deutschland/>

Das **Fernsehen** ist ein „*Massenmedium zur Vermittlung von Informationen und Unterhaltung mit Ton und bewegten Bildern an ein breites Publikum über weite Strecken.*“²⁴ Es hat die Funktion, auf emotionaler Ebene Aufmerksamkeit zu erwecken. Aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten bezüglich der Präsentation, können Themen und Inhalte sehr unterschiedlich dargestellt werden. Es werden Themen und Inhalte veranschaulicht, die für viele Rezipienten auf anderem Kommunikationsweg nicht ohne Weiteres nachvollziehbar wären. Genau das ist der primäre Vorteil des Fernsehens. Es wird eine breite Öffentlichkeit erreicht.

„Die beiden Bestandteile des Begriffs **Internet**, nämlich *inter* = zwischen und *Net* = Netz, verweisen darauf, dass es bei dem Terminus um den Austausch von Daten zwischen Computern [...] geht. [...] Das Internet stellt ein breites Spektrum unterschiedlicher Dienste bereit, die einen Austausch von Informationen ermöglichen.“²⁵

Informationen aus dem Internet sind jederzeit, allorts abrufbar und an kein festes Programmschema gebunden. Der Nutzer stellt sich sein Informationsangebot selbst zusammen und bietet die Chancen, sich über verschiedene Social Communities zu vernetzen und sich gegenseitig zu informieren beziehungsweise auszutauschen. Aufgrund der Möglichkeit anonym zu kommunizieren, erleichtert das Internet zudem die Kontaktaufnahme und die Gespräche über Tabus oder sensitive Themen. Durch stetige Weiterentwicklung im Internet werden die kommunikativen Möglichkeiten

²⁴ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/fernsehen.html>, abgerufen am 30.11.2016 um 12:59 Uhr

²⁵ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/internet.html>, abgerufen am 30.11.2016 um 13:26 Uhr

erweitert. Der Nachteil ist jedoch, dass die technischen Voraussetzungen gegeben sein müssen und ein gewisser Grad an Medienkompetenz vorhanden ist.

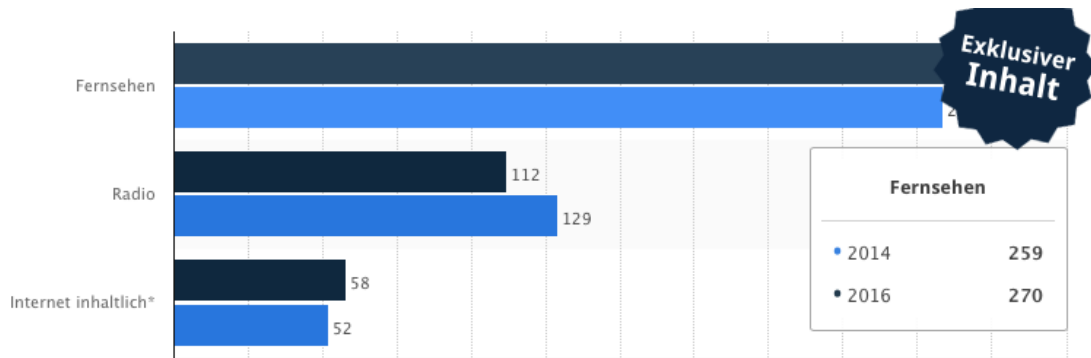


Abbildung 3: Fernsehen und Internet

Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/165834/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-medien-in-deutschland/>

Die Abbildungen zwei und drei zeigen die Statistiken der täglichen Nutzungsdauer ausgewählter Medien in Deutschland. Es werden die Jahre 2014 und 2016 miteinander verglichen. Das Medium Fernsehen wurde im Jahr 2016 täglich 270 Minuten genutzt. Im Vergleich dazu, liegt die tägliche Nutzungsdauer von Zeitungen und Zeitschriften bei weniger als 30 Minuten. Bücher wurden im Jahr 2016 insgesamt 34 Minuten gelesen.²⁶

Kommunikation über Massenmedien kann dementsprechend dazu beitragen, dass Aufmerksamkeit für spezifische Themen entsteht und dass verschiedene Themen auf Publikumsseite eine unterschiedlich hohe Bedeutung zugeteilt bekommen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass je nach Inhalt, Zielsetzung und Zielgruppe die einzelnen Medien unterschiedlich gut geeignet sind.

²⁶ Vgl. Statista, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/165834/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-medien-in-deutschland/>, abgerufen am 30.11.2016 um 16:27 Uhr

3.2 Einfluss von Medien auf die Meinungsbildung der Bürger

„Die Medien erbringen wichtige Funktionen für unsere Demokratie. Nur die wenigsten Ereignisse finden in unserer unmittelbaren Umgebung statt, so dass wir auf Nachrichtenmedien angewiesen sind: Nachrichtensendungen und -magazine in Fernsehen und Radio, Tages- und Wochenzeitungen, Magazine und journalistische Online-Nachrichten. Zuletzt haben auch Berichte von Bürgern im Internet an Bedeutung gewonnen. Dennoch gilt: Fast alles, was wir über die Welt wissen, erfahren wir in den Medien.“²⁷

Das Potential der Massenmedien liegt darin, ein breites Publikum anzusprechen. Durch ihre Überzeugungswirkung sind die Medien in der Lage, Einstellungen und Meinungen des Empfängers entgegen eigener Ansicht in eine durch die Medien vorgegebene Richtung zulenken.

Die Meinungsbildung ist jedoch abhängig von den jeweiligen Wertvorstellungen, der Lebenslage, dem Wissen und den bisherigen Erfahrungen der Menschen. Die Menschen bilden sich eine Meinung darüber, wie die Gesellschaft, in der sie leben, aussehen sollte und welche Entscheidungen beziehungsweise Handlungen sie befürworten oder ablehnen. Die massenmedial verbreiteten Angebote des Journalismus spielen eine entscheidende Rolle in der Meinungsbildung. Durch diverse Angebote wird die soziale und kulturelle Vielfalt der Gesellschaft erkennbar und überschaubar. Jedoch bringt dieses Potential der Medien auch Gefahren mit sich, die dem Leitprinzip des Pluralismus widersprechen. Unter dem Pluralismus versteht man den Einfluss möglichst vieler unterschiedlicher Perspektiven und das zum Ausdruck kommen unterschiedlicher Lebenslagen der Bevölkerung.

Die Meinungsbildung kann durch diverse Medien beeinflusst werden. Um den Einfluss darzustellen, wird das Meinungsbildungsgewicht ermittelt. Das Fernsehen erlangt im zweiten Halbjahr 2015 mit 36,3 Prozent das höchste Gewicht. Es folgen das Internet, die Tageszeitungen, das Radio und die Zeitschriften. In einem Trendvergleich zeigt sich, dass das Gewicht des Fernsehens sinkt, während das Gewicht der Onlinemedien kontinuierlich steigt.

²⁷ Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, <http://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=all>, abgerufen am 02.12.2016 um 14:42 Uhr

Fernsehen	Tageszeitung	Radio	Internet	Zeitschriften*)
36,3	20,7	19,2	21,6	2,2

Tabelle 1: Gewicht der verschiedenen Mediengattungen in Deutschland 2015 für die Meinungsbildung (in %)

Quelle: MedienVielfaltsMonitor, Ergebnisse 2. Halbjahr 2015; Berlin/München 2016; »<http://www.die-medienanstalten.de/publikationen/medienkonvergenzmonitor.html>«

Die Medien können auf zahlreiche Arten auf die Meinungsprozesse der Menschen einwirken. Sie vermitteln in erster Linie Wissen. Bestimmte Themen können auf die Tagesordnung gesetzt und als wichtig gekennzeichnet werden. In diesem Fall wird von Agenda Setting gesprochen. Des Weiteren können die Medien bestimmte Teilaspekte eines Themas in den Vordergrund rücken und somit auf einen bestimmten Interpretationsrahmen hinweisen. Ist dies der Fall, liegt Framing vor. Die Medien sind in der Lage, ein Meinungsklima zu verbreiten. Dies geschieht durch die Eindrucksvermittlung der Verbreitung verschiedener Meinungen in der Gesellschaft. Einer der wichtigsten Aspekte ist jedoch die Fähigkeit, Handlungsimpulse zu geben. Das heißt, die Medien können den Nutzern Anstöße zu konkretem Handeln geben.²⁸

Die Meinungen der Mediennutzer können auf zwei Weisen beeinflusst werden. Hierbei handelt es sich um den zeitlichen Aspekt der Beeinflussung. Es wird unterschieden zwischen der kurzfristigen Wirkung und der langfristigen Wirkung.

Kurzfristige Wirkungen beziehen sich auf tatsächliche und zeitgemäße Streitfragen. In diesem Zusammenhang können einzelne Beiträge und die Art der Beitragsgestaltung bedeutend werden. Es liegen oft noch keine vorgefertigten Meinungen vor, sodass ein großer Spielraum für potenzielle Wirkungen besteht.

²⁸ Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172240/meinungsbildung-und-kontrolle-der-medien?p=all>, abgerufen am 04.12.2016 um 12:53 Uhr

Langfristige Wirkungen lassen sich im Vergleich zu kurzfristigen Wirkungen nicht an einzelnen Themen oder Beiträgen festmachen. Sie ergeben sich durch zeitlich überdauernde Muster der Berichterstattung und der Darstellung von Themen.²⁹

Der Einfluss von Medien auf die Meinungsbildung der Bürger ist dementsprechend vorhanden. Jedoch ist der Einfluss abhängig vom Thema und dem Interesse auf der Publikumsseite. Ist das Publikum bereits für ein Thema sensibilisiert, lässt es sich schneller beeinflussen als wenn es ein neues Thema ist, für welches noch keine Meinung vorgefertigt worden ist. Weiterhin ist die Beeinflussung durch die langfristigen Wirkungen effektiver, da das Publikum das Thema vor Augen hat und nicht bereits damit abgeschlossen hat. Diese Aussage lässt sich auf die gewählten Beispieldestinationen Türkei und Ägypten übertragen.

Die politischen Unruhen in der Türkei ziehen sich mittlerweile über eine Vielzahl von Monaten hinweg. Hier handelt es sich um eine langfristige Wirkung der Berichterstattung. Die Berichterstattung bezüglich der Türkei und der Situation vor Ort ist kontinuierlich. Sei es das Fernsehen, das über zeitnahe Ereignisse berichtet, das Internet mit diversen Foren und Blogs oder auch Zeitschriften, die das gesamte Geschehen, Vorgehen und Leben im Land darstellen. Durch die stetige Informationsvermittlung ist das Thema und die derzeitige Lage präsent und in den Köpfen der Menschen. Anders ist es bei der Destination Ägypten. Da sich die politische Situation beruhigt hat und die Aufstände abgenommen haben, liegt kaum noch eine Berichterstattung vor. Ausgenommen sind aktuelle Vorfälle. Die Augen sind noch immer auf die Krisendestination gerichtet, jedoch liegt der Fokus und die gesamte Aufmerksamkeit nicht mehr auf Ägypten. Das Publikum der Berichterstattung wird durch neue und attraktivere Themen sensibilisiert und neigt dazu, abgeschlossene Themen zu verdrängen.

Auf diese Art und Weise wird das Publikum von Medien beeinflusst und kann für sich selbst entscheiden, welche Themen der Medienberichterstattung wichtig und interessant sind und welche nicht. Es liegt an den Medien, die Beiträge reizvoll, informativ und aktuell zu gestalten, sodass sie Gehör beim Publikum, den Abnehmern finden.

²⁹ Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172240/meinungsbildung-und-kontrolle-der-medien?p=all,_abgerufen am 04.12.2016 um 12:53 Uhr

4 Tourismus

„In den letzten Jahren sind die Deutschen aufgrund der zahlreichen Terroranschläge zwar erheblich sensibler hinsichtlich der Sicherheitsproblematik geworden – ihre generelle Reiselust ist weiterhin ungebrochen.“³⁰

Seit dem 19. Jahrhundert hat sich der Tourismus zu einem wichtigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Phänomen entwickelt.

Im Jahr 2015 verreisten weltweit 1.184 Millionen Menschen. Nach Europa reisten im besagten Jahr 609,1 Millionen Menschen, gefolgt von Asien/Pazifik, Amerika, dem nahen Osten und Afrika.³¹ Das Phänomen Reisen ist vielseitig und bietet für jede Reiseart eine Vielzahl an Möglichkeiten.

4.1 Definition

Der Tourismus, auch Fremdenverkehr genannt, wird auf viele unterschiedliche Arten definiert. Die geläufigste Definition ist jedoch die Folgende: Der Tourismus ist die *„Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus Ortsveränderungen und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlicher und dauernder Wohn- noch Aufenthaltsort ist.“³²* Auch die WTO hat eine Tourismusdefinition im Jahr 1994 erstellt *„[...] die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten [...]“³³*

³⁰ Vgl. Steinecke, 2005, S. 9

³¹ Vgl. Statista, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/172084/umfrage/reiseziel-der-urlaubsreise-in-den-letzten-12-monaten/>, abgerufen am 06.12.2016 um 15:27 Uhr

³² Vgl. Kaspar, 1996, S. 16

³³ Vgl. Spörel, 1998, S. 128

Das Reisen ist vielseitig und wird in unterschiedliche Reisearten gegliedert. Zu diesen Arten gehören die Folgenden:

- Der Tagesausflug
- Die Teilnahme an einem Kongress
- Die Wochenendbesuche
- Die Badeaufenthalte
- Die Studienreisen

Diese Reisearten weisen ebenfalls Unterschiede auf. Es wird differenziert in die Motive, die Dauer und die Entfernung. Zu den Motiven zählen Faktoren wie Erholung, der Beruf oder die Bildung. Die Dauer gliedert sich in Tagesausflüge, Kurzreisen oder mehrwöchige Reisen. Bei der Entfernung handelt es sich um das städtische Umland, das Inland oder das Ausland. Somit gibt es drei Grundformen des Tourismus.

Der **Inlandstourismus (internal tourism)** ist der Binnenreiseverkehr und der Einreiseverkehr.

Der **nationale Tourismus (national tourism)** schließt sich aus dem Binnenverkehr und dem Ausreiseverkehr zusammen.

Der **internationale Tourismus (international tourism)** ist der Einreiseverkehr und der Ausreiseverkehr.

Aus den Grundformen des Tourismus lassen sich drei Arten von Reiseverkehrsströmen erleutern.

Der **Binnenreiseverkehr (domestic tourism)** ist das Reisen von Inländern im Inland.

Unter dem Begriff **Einreiseverkehr (inbound tourism)** versteht man das Reisen von Ausländern in das Inland.

Der **Ausreiseverkehr (outbound tourism)** ist der Gegensatz zum Einreiseverkehr. Hierbei handelt es sich um das Reisen von Inländern in das Ausland.³⁴

³⁴ Vgl. Spörel, 1998, S. 129

4.2 Der Tourist

Touristen werden in drei zentrale Merkmale kategorisiert. Sie sind Ortsfremde und wechseln vom Wohn- zum Zielort, mit Rückkehr zum Wohnort. Touristen sind temporäre Bewohner. Das bedeutet, ihr Aufenthalt am Zielort ist zeitlich begrenzt. Üblicherweise handelt es sich dabei um zwölf Monate. Sie kehren dementsprechend an ihren Wohnort zurück. Die Touristen zählen zu den Konsumenten. Mit dem Begriff Konsumenten wird dargestellt, dass sie keine dauerhafte berufliche Tätigkeit am Zielort ausüben.³⁵

Die WTO bezeichnet den Besucher als den Mittelpunkt der statistischen Betrachtung und unterteilt diesen weiter in Touristen und Tagesbesucher. Die Touristen sind Reisende, die wenigstens über Nacht in einem Beherbergungsbetrieb oder einer privaten Unterkunft am Zielort verbringen. Tagesbesucher sind Reisende, die nicht am Zielort übernachten, sondern an ihren Wohnort zurückkehren. Die beiden genannten Besucherarten können aus dem Ausland oder aus dem Inland stammen. Zum entscheidenden Kriterium für den Besucher wird somit die Dauer des Aufenthaltes sowie das Übernachten. Erforderlich ist jedoch eine Übernachtung, ansonsten handelt es sich ebenfalls um Besucher.³⁶

4.3 Die Tourismuskritik

Durch die zunehmende Bedeutung des Tourismus hat sich ein großer Bereich der Kritik entwickelt. Die Kritik wird von verschiedenen Personengruppen ausgeübt, wie z.B. von Privilegierten und Ideologen, Bereisten und Reisenden und umfasst diverse Bereiche, zu denen die Kritik an den Ursachen des Reisens, die Kritik an den ökonomischen Auswirkungen, die Kritik an den sozio-kulturellen Auswirkungen, die Kritik an der Reise und die Kritik am Touristen gehört. Das Ergebnis aus dieser Kritik sind teilweise eigene Reiseformen und Reiseansätze.³⁷

³⁵ Vgl. Europäische Kommission (DG XXIII, Eurostat), 1998

³⁶ Vgl. Freyer, 2015, S. 6

³⁷ Vgl. Freyer, 2015, S. 634 ff.

5 Buchungsverhalten

Vor der Buchung einer Reise besteht in der Regel ein hoher Informationsbedarf, da sich Reisen aus diversen Dienstleistungen zusammensetzen. Dabei steht eine Vielfalt unterschiedlicher Informationsquellen zur Verfügung, wie persönliche Gespräche im Bekanntenkreis über Prospekte von Reiseveranstaltern und Destinationen bis hin zu Reisemittlern und Artikeln in den Printmedien. Durch die Erweiterung der Medien kann das Spektrum beispielsweise von Medien, wie dem Internet profitieren.

Es lassen sich drei Verhaltensmechanismen bei der Informationssammlung beobachten: Die Konsumenten greifen vorerst auf eigene Erfahrungen zurück. In einem nächsten Schritt suchen sie Informationen bei neutralen Dritten und als Letztes werden Schlüsselinformationen über die bevorzugten Leistungseigenschaften über Ausstattungsmerkmale genutzt.³⁸

5.1 Definition

Das Buchungsverhalten ist von verschiedenen Faktoren abhängig und wird durch einige Trends beeinflusst.

Der **Trend zur Individualisierung** stellt die Suche nach flexiblen Reiseangeboten dar. Dieser Trend ist für unabhängiges Reisen nach eigenen Vorstellungen optimal.

Die **Sicherheit und ein hoher Anspruch** spielen bei der Buchung eine wesentliche Rolle. Es wird nach scheinbar sicheren Reisen, die Kultur und Bildung anbieten, gesucht.

Der Wunsch bei Reisen fokussiert sich im Großteil auf Reiseziele mit Garantie auf Sonne. Dieser Faktor bezieht sich auf den **Trend zur Wärme in der Ferne**.

Auch das Budget spielt bei der Buchung einer Reise eine wesentliche Rolle. Der **Trend zu billigen Reisen** steigt aus diesem Grund enorm.

³⁸ Vgl. Wöhler, 1993, S. 158 ff.; Steinecke 2006, S. 51

Diese Art des Reisens hat ein mehrfaches Verreisen zur Folge. Dadurch steigt der **Trend zu häufigen und kurzen Reisen** ebenfalls.³⁹

Das Buchungsverhalten wird nicht nur durch die genannten Trends definiert, sondern weiterhin in zwei Dimensionen eingeteilt.

Die **zeitliche Dimension** beschäftigt sich mit der Frage „wann wird gebucht?“. Die zeitliche Dimension wird nochmals in zwei Faktoren gespalten. Es wird unterschieden zwischen Last-Minute Reisen und Frühbuchern. **Last-Minute** ist ein Angebot, welches besonders für Kurzentschlossene von Bedeutung ist. Viele junge Menschen greifen auf diese beliebte Variante zurück, da sie über nicht allzu viele finanzielle Mittel verfügen. Bei Last-Minute Reisen erfolgt die Buchung in der Regel maximal zwei Wochen vor der Reise. Die Idee dahinter stammt aus den 80er Jahren. Fluggesellschaften versuchten damit, kurzfristige Stornierungen und Überkapazitäten zu geringeren Preisen direkt am Flughafen zu verkaufen. Heute werden Last-Minute Reisen auch in Reisebüros und im Internet gebucht.

Der **Frühbucher** ist ein entwickeltes Konzept, welches dem Last-Minute Trend entgegenwirken soll. Aus diesem Grund bieten viele Reiseveranstalter einen Frühbucherrabatt an. Touristen, die bereits weit im Voraus wissen, wann und wohin ihre Reise geht, haben die Möglichkeit, diese Rabatte in Anspruch zu nehmen. Dies geschieht meist in einem Abschlag in Prozent vom Preis der Reise.⁴⁰

Die zweite Dimension betrifft **das Medium**. Hierbei handelt es sich um die Art und den Ort der Buchung.

Das **Reisebüro** ist für viele Reisende noch immer die beliebteste und sicherste Anlaufstelle um eine Reise zu buchen. Es ist ein breites Angebot, sowie eine persönliche Beratung gegeben. Das Reisebüro wird insbesondere bei größeren oder aufwendigeren Reisen besucht.

³⁹ Vgl. <http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/Buchungsverhalten,tm.htm>, abgerufen am 28.12.2016 um 11:12 Uhr

⁴⁰ Vgl. <http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/Buchungsverhalten,tm.htm>, abgerufen am 28.12.2016 um 11:12 Uhr

Auch das **Internet** ist für die zu buchenden Reisen beliebt. Es gehört zu den wichtigsten Informationsquellen, noch vor dem Reisebüro, da die Möglichkeit der Internetnutzung rapide steigt.⁴¹

Im Trend liegen besonders Buchungen vor Ort. Diese Art der Buchung wird von jüngeren Reisenden favorisiert. Es wird zum Beispiel nur die Anreise mittels freigewählter Transportmittel gebucht. Die Buchung der Unterkunft wird vor Ort getätigt.

Daraus wird geschlossen, dass auf verschiedene Möglichkeiten gebucht werden kann. Für jeden Reisenden kann ein optimales Angebot gefunden werden.

5.2 Buchungsverhalten in Krisenzeiten

„Anschläge verändern Reiseverhalten: Krisenländer verlieren Urlauber.“⁴²

Die Krise scheint, zum Dauerbegleiter der Reiseindustrie geworden zu sein. Negative Nachrichten haben messbare Konsequenzen auf das Reiseverhalten.⁴³

Eine Krise bedeutet einen massiven Einschnitt in das Buchungsverhalten von Reisenden. Der Unterschied zwischen natürlichen und menschlich ausgelösten Krisen hat eine erhebliche Bedeutung dafür. Die Wirkung von Krisen, die durch negative Ereignisse, wie Naturkatastrophen - Sturmfluten, Überschwemmungen oder Erdbeben, ausgelöst werden, unterscheiden sich drastisch zu menschlich ausgelösten Krisen. Dazu gehören unter anderem Entführungen, Überfälle oder terroristische Aktionen.

Das Reiseverhalten der Touristen passt sich dementsprechend an die entstandenen Bedingungen an. Die betroffenen Destinationen werden gemieden, wodurch es aufgrund der Terroranschläge und den politischen Turbulenzen zur Beeinflussung und Änderungen der Reiseströme in Bezug auf die Deutschen kommt.

⁴¹ Vgl. <http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/Buchungsverhalten,tm.htm>, abgerufen am 28.12.2016 um 11:12 Uhr

⁴² Vgl. Repetico, <https://www.repetico.de/karte-16594868>, abgerufen am 28.12.2016 um 12:33 Uhr

⁴³ Vgl. Reiseradio, <http://travel-radio.eu/reiseradio-sendung-219/#more-8186>, abgerufen am 28.12.2016 um 12:21 Uhr

Im Januar 2016 wurden auf der HolidayCheck-Website 3301 Teilnehmer zu mehreren Destinationen befragt. Bei der Frage nach der Sicherheit gibt es nur schwache Antworten. 76 Prozent fühlen sich durch die Terroranschläge und Krisen verunsichert. Dies wirkt sich unmittelbar auf die Reiseplanung aus. 90 Prozent der Befragten halten Ägypten für unsicher oder sehr unsicher. Auch die Beispieldomäne Türkei wird von 59 Prozent als wenig bis gar nicht sicher eingestuft. Jedoch wollen 83 Prozent nicht auf Flugreisen verzichten. Das bedeutet, dass die als unsicher geltenden Reiseziele gemieden werden und ähnliche, jedoch sichere Ziele präferiert werden.⁴⁴ Von Bedeutung ist es, laut HolidayCheck-CEO Anja Keckeisen, nachhaltige Aufklärungsarbeit zu leisten, um so den Urlaubern ihre Bedenken zu nehmen und ein Gefühl der Sicherheit zu geben. Die Unsicherheit lässt sich im Buchungsverhalten erkennen. Bezüglich Ägypten gibt es bei HolidayCheck einen Rückgang von 30 Prozent. Die Türkei hat neben weiteren Destinationen ebenfalls verloren.⁴⁵

Es ist dementsprechend erkennbar, dass merklich weniger Pauschalreisen in Länder gebucht werden, die in den vergangenen Monaten von terroristischen Anschlägen betroffen waren. Folge dessen ist, dass Krisendestinationen an Urlaubern verlieren. Neben den politischen Änderungen ist ein weiterer Grund für den Rückgang ist die Unsicherheit der Kunden, denn die Terrorangst bremst die Nachfrage.⁴⁶

Hoffnungsvoll ist, dass Reisen für die Deutschen nach wie vor einen hohen Stellenwert hat und ein grundsätzlicher Verzicht auf Urlaub trotz Verunsicherung nicht zu erkennen ist.

⁴⁴ Vgl. Repetico, <http://www.repetico.de/karte-16594868>, abgerufen am 28.12.2016 um 12:33 Uhr

⁴⁵ Vgl. fvw, <http://www.fvw.de/index.cfm?cid=18076&pk=153463&event=showarticle>, abgerufen am 22.01.2017 um 15:28 Uhr

⁴⁶ Vgl. Presseportal, www.presseportal.de/pm/73164/3245538, abgerufen am 28.12.2016 um 12:47 Uhr

6 Türkei als Krisendestination

Die Türkei hat eine Größe von circa 780.000 Quadratkilometern und weist im Jahr 2016, 78.56 Millionen Einwohner auf. Mit Istanbul hat die Türkei die einzige Stadt der Welt, die sich über zwei Kontinente erstreckt. Der größte Teil zählt zu Asien, wobei drei Prozent des Landes sich in Europa befinden.

Der Name „Türkei“ stammt von den Turkvölkern, die nach Kleinasien eingewandert sind. Das Turkvolk begründete im 13. und 14. Jahrhundert das Osmanische Reich. Seit 1923 handelt es sich bei der Türkei um eine Republik.

Bis heute gab es mehr als 60 Regierungen, jedoch gelten die politischen Ausrichtungen der zahlreichen Regierungschefs im In- und Ausland als umstritten.⁴⁷

Die Türkei ist vor den Anschlägen das beliebteste Reiseziel deutscher Urlauber gewesen.

6.1 Entwicklung und Bedeutung der Aufstände

Von Belangen dieser Arbeit sind die kürzlich und somit aktuellen Aufstände in der Türkei. Aus diesem Grund wird die Entwicklung der Aufstände seit dem Jahr 2010 betrachtet.

Bei den Parlamentswahlen 2011 verfehlt die AKP, zu deutsch „Gerechtigkeits- und Entwicklungspartei“ die notwendige Zweidrittelmehrheit. Aufgrund der jahrelangen Inhaftierung zahlreicher Offiziere, denen eine Verschwörung gegen die AKP und die Regierung vorgeworfen wird, treten eine Vielzahl von hochrangiger Militärs zurück.⁴⁸

Im Jahr 2013 legt sich Recep Tayyip Erdogan mit der Gülen-Bewegung an, die einst zu seinen Verbündeten unter der Führung von Fethullah Gülen gehört. Die Protestwelle gegen die AKP wird stärker. Unter den Protesten der Türkei 2013 werden Demonstrationen und Aktionen von türkischen Bürgern gegen die Regierung Erdogans verstanden. Die Protestwelle beginnt Ende Mai 2013 in Istanbul. Demonstranten haben den Park am Taksim-Platz besetzt, um die Abholzung der Bäume für ein Bauprojekt zu

⁴⁷ Vgl. Stern, <http://www.stern.de/politik/ausland/zahlen--daten--fakten-die-republik-tuerkei-3068938.html>, abgerufen am 14.01.2017 um 15:52 Uhr

⁴⁸ Vgl. Der Spiegel Spezial, 2016, S. 13

stoppen. Die Polizei reagiert auf diese Proteste mit hoher Aggressivität und lässt die Situation eskalieren. Die Ausschreitungen der Proteste gelten nicht mehr nur für Istanbul, inzwischen sind alle Provinzen des Landes involviert. Bei diesem besagten Protest wird von über 4000 Verletzten gesprochen.⁴⁹

2014 wird Erdogan zum Staatspräsidenten gewählt und zieht in den neu gebauten Palast ein. „*Soziale Unruhen 2014: Türkei gehört jetzt zu den Hoch-Risiko-Staaten.*“ Grund dafür ist der Verlust des Vertrauens gegenüber der Regierung.⁵⁰

Im Jahr 2015 greift die türkische Armee die Stellung der kurdischen PKK im Nordirak und im Osten der Türkei an.

Der 15. Juli 2016 wird seinen Platz in der türkischen Geschichte einnehmen. Es ist ein Putschversuch von Teilen des Militärs. Der Präsident Erdogan verdächtigt die Gülen-Bewegung. Zahlreiche Richter, Beamte und Militärs werden suspendiert, entlassen oder verhaftet. Seit dieser Nacht kommt es immer wieder zu Aufständen, Unruhen oder Anschlägen. Selbst die Nacht zum Jahreswechsel 2017 bleibt nicht unverschont und wird für einen Anschlag auf einen Nachtclub missbraucht.⁵¹

Die Gewalt hat das Land im Griff. Es herrscht nicht nur Krieg gegen den Islamischen Staat, sondern ebenfalls ein Kampf mit allen Mitteln gegen die PKK. Der Konflikt mit den Kurden artet zu einem neuen Bürgerkrieg aus. Dadurch breitet sich ein Gefühl der Verunsicherung aus.

Die Bedeutung hinter den Aufständen, den Unruhen und den etlichen Demonstrationen ist die Hilflosigkeit der türkischen Bürger. Die Unzufriedenheit und das mangelnde Vertrauen an die Regierung unter Erdogans Führung führt dazu, dass die Bürger weltweit auf sich und ihre Situation aufmerksam machen und für ihre Rechte als Menschen kämpfen.

⁴⁹ Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/162735/protestwelle-tuerkei-06-06-2013, abgerufen am 05.01.2017 um 16:08 Uhr; Der Spiegel Spezial, 2016, S. 13

⁵⁰ Vgl. Deutsch Türkische Nachrichten, www.deutsch-tuerkische-nachrichten.de/2014/01/496557/soziale-unruhen-2014-tuerkei-gehoert-jetzt-zu-den-hoch-risiko-staaten/, abgerufen am 05.01.2017 um 16:21 Uhr; Der Spiegel Spezial, 2016, S. 13

⁵¹ Vgl. Der Spiegel Spezial, 2016, S. 13

6.2 Auswirkungen auf das Buchungsverhalten

Jeder Tourist nimmt eine kritische Situation anders wahr und bewertet sie dementsprechend anders. Diese Unterschiede kommen zu Stande, da die Reisenden auf einem unterschiedlichen Wissenstand bezüglich der Krisensituation sind und verschiedene Erfahrungen gesammelt haben. Die Risikowahrnehmung eines jeden einzelnen wird durch gewisse Faktoren beeinflusst und gelenkt. Dazu gehören beispielsweise das Auftreten und das Ausmaß der Krise, die individuelle Betroffenheit sowie das allgemeine Lebensrisiko.

Die Türkei verliert als einst beliebtestes Reiseziel der Deutschen an Attraktivität. Einer der wesentlichsten Faktoren, die Sicherheit, wird vor Ort nicht mehr in ausreichender Menge gewährleistet. Die Anschläge in der Türkei beeinflussen die Reiseplanung massiv. Die politische Lage veranlasst Urlauber vorsichtiger zu sein. Die Terror-Anschläge sind Auslöser für das Umschwenken der Reisenden.

Bei den Pauschalreisen ist ein starker Buchungsrückgang für Reisen in die Türkei zu erkennen. Ebenfalls ist das Preisniveau hinsichtlich der Krisendestinationen gesunken. Die Reisen in die Türkei waren bis zu 29 Prozent unbeliebter als im Jahr zuvor. Dieser Rückgang macht sich zeitgleich im Preis bemerkbar. Um diese Reisen dennoch zu verkaufen, wird der Preis für Pauschalreisen in die Türkei um 11 Prozent zum Vorjahr gesenkt.⁵²

Egal, was passiert, es gibt zuerst immer eine gewisse Buchungszurückhaltung, die sich dem weiteren Verlauf des Geschehnisses anpasst. Deutlich wird, dass die Sicherheit ein grundlegendes Bedürfnis eines jeden Reisenden ist.

Auch die Reiseveranstalter haben nach einer solchen Krise Folgen zu tragen. Diese lassen sich in materiell und immateriell gliedern. Materielle Auswirkungen sind Stornierungen oder Umbuchungen. Diese Arten sind von kurzer- bis mittelfristiger Dauer. Zu den immateriellen Auswirkungen zählen Imageschäden, Vertrauens- und Glaubwürdigkeitsverluste. Diese Konsequenzen können langfristig anhalten.

⁵² Vgl. Presseportal, www.presseportal.de/pm/73164/3245538, abgerufen am 28.12.2016 um 12:47 Uhr

7 Ägypten als Krisendestination

Ägypten liegt im Nordosten von Afrika. In Ägypten leben auf einer Fläche von über einer Million Quadratkilometern über 87 Millionen Menschen.

Die Hauptstadt Kairo zählt zu Afrikas und Arabiens größter Metropole. Durch den Arabischen Frühling kam es 2011 auch in Ägypten zu einer Revolution. Seitdem haben sich die gesellschaftlichen und politischen Verhältnisse des Landes verändert.

Der Begriff "Ägypten" stammt aus dem Lateinischen. Die Kopten, eine ethnisch-religiöse Gruppe, sind der Überzeugung, die direkten Nachfahren der altägyptischen Bevölkerung aus der Pharaonenzeit zu sein. Aus ihrem Namen entstand das griechische aigyptos, das auf Deutsch Ägypten wurde.⁵³

Auch Ägypten zählte vor den landesinternen Unruhen zu den beliebtesten Reisezielen der Deutschen.

7.1 Entwicklung und Bedeutung der Aufstände

Im Januar 2011 beginnen die Demonstrationen der Bürger gegen den damaligen ägyptischen Präsidenten Muhammed Husni Mubarak, mit dem Ziel ihn zu stürzen und für ihre Freiheit zu kämpfen. Eine Vielzahl der Demonstranten versammelt sich in Kairo auf dem Tahrir-Platz. Während der Proteste, die parallel zum Arabischen Frühling stattfinden, muss Mubarak letztendlich zurücktreten.⁵⁴

Übergangsweise werden die Regierungsgeschäfte von einem Militärrat übernommen, bis Muhammed Mursi bei den Wahlen 2012 zum neuen Präsidenten Ägyptens gewählt wurde. Auch bei dieser Regierungsaufstellung kommt es immer wieder zu Protesten gegen die neue Verfassung.⁵⁵

⁵³ Vgl. Länderinfo, <https://www.laenderdaten.info/Afrika/Aegypten/index.php>, abgerufen am 14.01.2017 um 16:03 Uhr

⁵⁴ Vgl. Welt, <https://www.welt.de/themen/aegypten-krise/>, abgerufen am 14.01.2017 um 16:06 Uhr

⁵⁵ Vgl. Welt, <https://www.welt.de/themen/aegypten-krise/>, abgerufen am 14.01.2017 um 16:06 Uhr

Im Sommer 2013 wird Mursi durch einen Putsch seitens des Militärs abgesetzt. Aufgrund dessen kommt es häufiger zu blutigen Auseinandersetzungen zwischen der Polizei und Anhängern der islamistischen Muslimbrüder.⁵⁶

Bei den erneuten Wahlen im Mai 2014 tritt der ehemalige General al-Sisi sein Amt als Präsident an. Auch sein Führungsstil ähnelt einem autoritären Herrschaftsstil, der die Menschenrechte auf das äußerste verletzt. Diese Regierung hält sich einige Jahre.

Bei den Parlamentswahlen Ende 2015 wird Ägypten wieder zu einem Parlament. Den Menschen gelten nun mehr Rechte und Freiheit in Ägypten.⁵⁷

Auch am Beispiel von Ägypten wird deutlich, dass hinter den Aufständen und Unruhen, die Unzufriedenheit der Bürger steckt. Über viele Jahre hinweg war das ägyptische Volk von mehreren Präsidenten unterdrückt worden. Die Menschenrechte wurden ihnen genommen, sowie die Meinungsfreiheit. Eine lange Zeit lebte die ägyptische Bevölkerung unter einer „verborgenen“ Diktatur. Durch die Kämpfe erlangt das Volk seine Rechte und Freiheiten zurück.

Nach einem jahrelangen Kampf, erholt sich das Land von der Tyrannei und Diktatur.

7.2 Auswirkungen auf das Buchungsverhalten

Bei den Pauschalreisen ist ein starker Buchungsrückgang für Reisen nach Ägypten zu erkennen. Ebenfalls ist das Preisniveau hinsichtlich der Krisendestinationen gesunken. Die Reisen nach Ägypten waren bis zu 53 Prozent unbeliebter als im Jahr zuvor. Dieser Rückgang macht sich zeitgleich im Preis bemerkbar. Um diese Reisen dennoch zu verkaufen, wird der Preis für Pauschalreisen nach Ägypten um 16 Prozent gesenkt.⁵⁸

⁵⁶ Vgl. Welt, <https://www.welt.de/themen/aegypten-krise/>, abgerufen am 14.01.2017 um 16:07 Uhr

⁵⁷ Vgl. Politische Bildung, www.politische-bildung.de/aegypten.html#c7871, abgerufen am 06.01.2017 um 13:23 Uhr; Welt, <https://www.welt.de/themen/aegypten-krise/>, abgerufen am 06.01.2017 um 13:00 Uhr

⁵⁸ Vgl. Presseportal, www.presseportal.de/pm/73164/3245538, abgerufen am 28.12.2016 um 12:47 Uhr

sortiert nach beliebteste Länder

#	beliebteste Länder	Veränderung Buchungsanteil Januar 2015 zu Januar 2016	Veränderung Ø Preis Januar 2015 zu Januar 2016
1	Spanien	↑ 19,3 %	↑ 4,0 %
2	Türkei	↓ -29,7 %	↓ -11,2 %
3	Griechenland	↑ 25,7 %	↓ -2,4 %
4	Ägypten	↓ -53,9 %	↓ -15,9 %
5	Italien	↑ 57,5 %	↓ -1,6 %
6	Portugal	↑ 19,0 %	↑ 5,2 %
7	Bulgarien	↑ 66,3 %	↓ -4,3 %
8	Tunesien	↓ -59,1 %	↓ -1,9 %

Quelle: CHECK24 (urlaub.check24.de, 089 24 24 11 33); Angaben ohne Gewähr, Stand: 27.01.2016



Tabelle 2: Buchungsanteile Januar 2016
Quelle: CHECK24

Die Tabelle zeigt die acht beliebtesten Reiseziele in chronologischer Reihenfolge. Von Bedeutung sind jedoch nur die Türkei, die sich auf Platz zwei befindet und Ägypten, mit der Platzierung vier. Die Länder werden auf zwei Aspekte untersucht. Zum einen auf die Veränderung des Buchungsanteils von Januar 2015 zu Januar 2016 und zum anderen auf die Veränderung des durchschnittlichen Preises für den gleichen Zeitraum. Erkennbar ist, dass der Buchungsanteil in beiden Fällen zurückgegangen ist. Bei der Türkei handelt es sich um einen Rückgang von fast 30 Prozent. Bei Ägypten sind es sogar ca. 54 Prozent. Der durchschnittliche Preis für Reisen in diese Destinationen ist ebenfalls gesunken.

8 Empirie

Im weiteren Verlauf dieser Bachelorarbeit werden die im vorherigen Teil dargestellten theoretischen Angaben anhand von Medienberichten überprüft.

Diese Prüfung erfolgt mit Hilfe einer Auswertung von ausgewählten Medienberichten in Korrelation mit den Krisendestinationen Türkei und Ägypten, wobei das Augenmerk auf dem Buchungsverhalten von deutschen Reisenden liegt. Weiterhin wird untersucht, ob sich das Buchungsverhalten von deutschen Reisenden trotz unveränderter Krisensituation in direkter Abhängigkeit zur Medienberichterstattung verändert.

Die Analyse in Bezug auf die Beispieldestinationen wird mittels der vorhandenen und bereits ausgearbeiteten Literatur durchgeführt und mit den ausgewerteten Ergebnissen der Medienberichte ergänzt.

Die gewählte Forschungsmethode ist eine Analyse und Auswertung ausgewählter Medienberichte aus regionalen Zeitungen und Publikumszeitschriften. Die Medienberichte werden mithilfe von aufgestellten Kennzahlen untersucht und analysiert. Die zu prüfenden Kennzahlen lassen sich durch drei Kriterien ermitteln. Zu diesen Kriterien gehört die Artikelgröße, die Anzahl der Artikel und dessen Bewertungen. Die Bewertungen gliedern sich nochmals in drei Bereiche. Dazu zählen positive Rückmeldungen der Leser und Leserinnen, neutrale Rückmeldungen und Rückmeldungen, die krisenorientiert sind.

Diese Analyse und ihre anschließende Auswertung soll die Veränderungen des Buchungsverhaltens darstellen, um daraus Erkenntnisziele und potentielle Änderungen zu erarbeiten.

Parallel muss darauf hingewiesen werden, dass es sich hierbei ausschließlich um eine Prüfung von Medienberichten handelt, die auf das Thema der gesamten Bachelorarbeit zutreffen.

Alle ausgewerteten Daten werden in diesem Teil der Arbeit erfasst und hinterfragt. Anschließend werden die gewonnenen Erkenntnisse mit der Theorie verglichen, beurteilt und abschließend interpretiert.

8.1 Analyse der Medienberichte

Die Analyse der Medienberichte beginnt zunächst mit den Artikeln in Bezug auf die Türkei und geht anschließend auf die zweite Falldestination, Ägypten über.

Der am 01. Februar 2016 im Focus Online erschiene Artikel mit dem Titel *„Urlauber halten sich mit Türkei-Buchungen zurück“*⁵⁹ wird auf seinen gesamten Inhalt erhoben. Es handelt sich um einen Bericht, der sich mit den Auffassungen namhafter Veranstalter wie zum Beispiel TUI bis hin zu Kreuzfahrtreedereien und dem Deutschen Reiseverband bezüglich der Reisebuchungen in die Türkei beschäftigt. In allen Bereichen des Tourismus sind Buchungsrückgänge zu verzeichnen. Die These des Autors, dass der Terroranschlag in Istanbul die deutschen Urlauber verunsichere wird mit den Expertenaussagen bestätigt. Viele Reisende bitten die Veranstalter um Umbuchungen ihrer Reisen in die Türkei *„Zahlreiche Gäste hätten den Wunsch geäußert, ihre Reise auf eine andere Urlaubsregion umzubuchen.“*⁶⁰ Türkische Häfen werden nicht mehr angelaufen *„Die Kreuzfahrtreederei Aida Cruises hatte am Wochenende die für diesen Sommer geplanten Fahrten mit Zielen in der Türkei abgesagt.“*⁶¹ Generell handelt es sich seit den Anschlägen um eine zurückhaltende Nachfrage *„Veranstalter wie Branchenprimus TUI, Thomas Cook oder DER Touristik berichten auf Anfrage von derzeit insgesamt zurückhaltender Nachfrage nach Türkei-Reisen [...]“*⁶² Durch die Fakten der Experten schafft der Autor bei den Lesern und Leserinnen ein Gefühl der Sicherheit und der Transparenz. Mit ihren Einschätzungen und ihrem Handeln teilen sie den Ernst der Lage mit.

Der Bericht ist neutral geschrieben, jedoch sind die gefällten Aussagen in Hinblick auf ihre Bewertung gemischt. Es wird positiv und zugleich negativ über die Türkei berichtet. *„Wir sind aber zuversichtlich, dass die Türkei wieder anzieht, wenn die Lage stabil bleibt.“*⁶³ oder *„Die Türkei gehörte [...] zu den Gewinnern unter den Mittelmeerländern. [...] das beliebteste Auslandsreiseziel der Deutschen.“*⁶⁴ Zu entnehmende negative Aspekte sind *„Wir stellen aktuell eine Verschiebung der Nachfrage von Ost nach West*

⁵⁹ Vgl. Focus Online, http://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/unternehmen-urlauber-halten-sich-mit-tuerkei-buchungen-zurueck_id_5253490.html, 1996-2017, abgerufen am 10.01.2017 um 12:47 Uhr

⁶⁰ Vgl. Fußnote 59, Focus Online, 1996-2017, Zeile 4-5

⁶¹ Vgl. Fußnote 59, Focus Online, 1996-2017, Zeile 3-4

⁶² Vgl. Fußnote 59, Focus Online, 1996-2017, Zeile 8-9

⁶³ Vgl. Fußnote 59, Focus Online, 1996-2017, Zeile 10-11

⁶⁴ Vgl. Fußnote 59, Focus Online, 1996-2017, Zeile 18-19

fest.“⁶⁵ oder „[...] zurückhaltende Buchungen für das Land am Bosphorus.“⁶⁶ Deutlich aus diesem Bericht zu entnehmen ist die Zuversicht der Experten, die das Publikum beruhigen.

Der Bericht *„Attentat in Istanbul – Was Türkei-Reisende jetzt wissen müssen.“*⁶⁷ ist am 29. Juni 2016 im Spiegel Online erschienen. Der Bericht beantwortet alle wissenswerten Fragen hinsichtlich auf das Verhalten der Reisenden vor Ort und Stornierungen, sowie Umbuchungen. Aufgrund der Angst vor dem Terror sind Reisende vor Ort in der Lage, ihren Veranstalter zu kontaktieren und haben ein Anrecht auf die Erklärung der Reisewarnungen des Auswertigen Amtes. Im Fall Türkei rät das Amt zu *„erhöhter Vorsicht – insbesondere auf öffentlichen Plätzen und vor touristischen Attraktionen.“*⁶⁸ Die großen Veranstalter TUI, FTI und DER Touristik bieten innerhalb einer festgelegten Frist eine kostenlose Stornierung der Reise an. Des Weiteren ist auch der Luftverkehr von den Attentaten betroffen, besonders nach dem Anschlag am Flughafen in Istanbul. Auch hier werden Reisenden, Umbuchungen und Stornierungen ermöglicht. *„Die Airline bot allen Reisenden mit Buchungen von oder nach Atatürk Airport an, die Flüge kostenlos umzubuchen oder zu stornieren.“*⁶⁹ Dieser Bericht informiert ebenfalls über das Vorgehen der Kreuzfahrtreedereien. Genau wie in dem bereits analysierten Artikel *„Urlauber halten sich mit Türkei-Buchungen zurück.“*⁷⁰ wird hier von der Meidung türkischer Häfen berichtet. Neben Aida Cruises haben auch Costa, MSC und Norwegian Cruise Line sowie die Tochtergesellschaften Oceania Cruises und Regent Seven Seas Cruises Reisen in die Türkei aus dem Programm genommen. *„Die meisten großen Kreuzfahrtreedereien meiden Istanbul und die Türkei bereits seit längerer Zeit.“*⁷¹ Dieser Aspekt weist eine Gemeinsamkeit beider Artikel auf und wird in einer Vielzahl von weiteren Artikeln erwähnt.

Dieser Bericht wird ebenfalls auf die Erhebung des gesamten Artikels analysiert. Durch die Länge des Artikels und seinen Informationsgehalt ist der Content ausreichend. Das Publikum erhält einen genauen Einblick in das Geschehen und Anweisungen was zu tun ist. Der Beitrag *„Attentat in Istanbul – Was Türkei-Reisende jetzt wissen*

⁶⁵ Vgl. Fußnote 59, Focus Online, 1996-2017, Zeile 9-10

⁶⁶ Vgl. Fußnote 59, Focus Online, 1996-2017, Zeile 14-15

⁶⁷ Vgl. Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/attentat-in-istanbul-kann-ich-nun-den-flug-stornieren-a-1100415.html>, 2016, abgerufen am 10.01.2016 um 14:00 Uhr

⁶⁸ Vgl. Fußnote 67, Spiegel Online, 2016, Zeile 10-11

⁶⁹ Vgl. Fußnote 67, Spiegel Online, 2016, Zeile 43-45

⁷⁰ Vgl. Focus Online, http://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/unternehmen-urlauber-halten-sich-mit-tuerkei-buchungen-zurueck_id_5253490.html, 1996-2017 abgerufen am 10.01.2017 um 12:47 Uhr

⁷¹ Vgl. Fußnote 67, Spiegel Online, 2016, Zeile 49-50

müssen.“⁷² ähnelt dem Beitrag *„Urlauber halten sich mit Türkei-Buchungen zurück.“*⁷³ aus dem Focus Online. Der Inhalt bezüglich der Kreuzfahrtreedereien ist identisch und wird wiederholt. Durch die Wiederholung wird das Gesagte verstärkt und lässt diese Information eindringlicher auf das Publikum wirken. Weiterhin wird so die Wichtigkeit des Themas unterstrichen und macht es für das Publikum einprägsamer. Beispiele dafür sind die folgenden Zitate. Der Bericht aus dem Spiegel Online sagt *„So haben zum Beispiel Aida Cruises und Costa Anläufe in der Türkei aus dem Programm genommen.“*⁷⁴ Focus Online schreibt *„Die Kreuzfahrtreederei Aida Cruises hatte [...] Fahrten mit Zielen in der Türkei abgesagt.“*⁷⁵ Weiterhin berichtet Spiegel Online, sowie Focus Online über das Vorgehen von TUI Cruises. Spiegel Online schildert das Vorgehen wie folgt *„Zum jetzigen Zeitpunkt sollen die Reisen wie geplant stattfinden.“*⁷⁶ Ähnlich wird es im Bericht von Focus Online formuliert *„Das Kreuzfahrt-Unternehmen TUI Cruises hält nach eigenen Angaben an seinen geplanten Routen fest.“*⁷⁷ Der Aufbau des Berichts erfordert einen Wechsel von Fragestellungen und Beantwortungen vom Autor. Die Fragen werden kurz und knapp, jedoch ausführlich und informativ beantwortet. Der Autor stellt eine eher negative Haltung bezüglich der Türkei dar. Folgendes deutet darauf hin *„Wieder ein Anschlag in der Türkei.“*⁷⁸ , *„[...] einer tödlichen Terrorattacke.“*⁷⁹ oder *„[...] zu erhöhter Vorsicht.“*⁸⁰ Einige Passagen spalten die Meinung. Sie sind beunruhigend und zugleich erfreulich *„[...] es rät lediglich dringend ab von Reisen in das Grenzgebiet der Türkei zu Syrien und Irak, nicht aber von Reisen nach Istanbul.“*⁸¹ oder *„Der Luftverkehr am Atatürk-Flughafen ist am Mittwochmorgen wiederaufgenommen worden.“*⁸² Eine positive Information ist, dass die Kreuzfahrtreederei von TUI mit ihren Routen standhaft bleibt. Dieser Aspekt bietet den Lesern und Leserinnen Hoffnung und einen gewissen Grad der Sicherheit.

⁷² Vgl. Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/attentat-in-istanbul-kann-ich-nun-den-flug-stornieren-a-1100415.html>, 2016, abgerufen am 10.01.2016 um 14:00 Uhr

⁷³ Vgl. Focus Online, http://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/unternehmen-urlauber-halten-sich-mit-tuerkei-buchungen-zurueck_id_5253490.html, 1996-2017 abgerufen am 10.01.2017 um 12:47 Uhr

⁷⁴ Vgl. Fußnote 72, Spiegel Online, 2016, Zeile 50-51

⁷⁵ Vgl. Fußnote 73, Focus Online, 1996-2017, Zeile 3-4

⁷⁶ Vgl. Fußnote 72, Spiegel Online, 2016, Zeile 56-57

⁷⁷ Vgl. Fußnote 73, Focus Online, 2016, Zeile 11-12

⁷⁸ Vgl. Fußnote 72, Spiegel Online, 2016, Zeile 4

⁷⁹ Vgl. Fußnote 72, Spiegel Online, 2016, Zeile 4-5

⁸⁰ Vgl. Fußnote 72, Spiegel Online, 2016, Zeile 10

⁸¹ Vgl. Fußnote 72, Spiegel Online, 2016, Zeile 20-22

⁸² Vgl. Fußnote 72, Spiegel Online, 2016 Zeile 38-39

Der Artikel *„Terrorismus schreckt Türkei-Urlauber ab.“*⁸³ wurde von Thomas Seibert am 11. März 2016 im Tagesspiegel veröffentlicht. Der Artikel beschäftigt sich mit dem Rückgang der Urlauberzahlen in die Türkei. Die These von Thomas Seibert stützt sich auf der Sorge vor Anschlägen. Diese Behauptung unterstreicht der Autor mit deutlich negativen Äußerungen. Dazu gehört zum Beispiel die folgende Äußerung: *„Terroranschläge, der nahe Syrien-Krieg, die Flüchtlingskrise und der Imagewechsel der Türkei wegen des Vorgehens der Regierung gegen ihre Kritiker lassen die türkische Tourismusindustrie in die Krise schlittern.“*⁸⁴ Diese Aussagen wirken sich dementsprechend auf das Publikum aus und beeinflussen die Leser und Leserinnen in ihrer Meinungsbildung. Ein weiterer Inhalt des Artikels ist das Unternehmen TUI, welches mit der Krise zu kämpfen hat. Der Konzern verliert um die 40 Prozent an den Türkeireisen. *„[...] TUI, der weltgrößte Reisekonzern, meldet einen Einbruch von 40 Prozent im Türkeigeschäft [...].“*⁸⁵ Erneut wird die Kreuzfahrtreederei erwähnt, wie in den vorherigen Artikeln. *„[...] Kreuzfahrtgesellschaften streichen türkische Häfen aus ihren Programmen [...].“*⁸⁶ Der erneute Aufgriff des Themas schafft eine bleibende Präsenz in den Köpfen des Publikums. Sichtbar ist die negative Bewertung des Autors. Der gesamte Artikel besteht aus negativen Aussagen, abgesehen vom letzten Absatz. Hier wird von Hoffnung, durch den Experten Norbert Fiebig, vom Deutschen Reiseverband gesprochen. *„Norbert Fiebig, der Präsident des Deutschen Reiseverbandes (DRV), rechnet mit einem baldigen Wiederanstieg der Türkei-Buchungen.“*⁸⁷ Der Ausspruch dieser Möglichkeit gibt Hoffnung.

⁸³ Vgl. Tagesspiegel, <http://www.tagesspiegel.de/politik/angst-vor-anschlaegen-durch-is-oder-pkk-terrorismus-schreckt-tuerkei-urlauber-ab/13079642.html>, Seibert, abgerufen am 10.01.2017 um 15:48 Uhr

⁸⁴ Vgl. Fußnote 83, Tagesspiegel, Seibert, Zeile 11-15

⁸⁵ Vgl. Fußnote 83, Tagesspiegel, Seibert, Zeile 53-54

⁸⁶ Vgl. Fußnote 83, Tagesspiegel, Seibert, Zeile 54-55

⁸⁷ Vgl. Fußnote 83, Tagesspiegel, Seibert, Zeile 69-70

Zahlreiche Zeitungen und Zeitschriften berichten über die zuvor genannten Konsequenzen des Reisekonzerns TUI, unter anderem das *manager magazin*. Der am 22. März 2016 im *manager magazin* veröffentlichte Artikel mit dem Titel *„Türkei-Terror lähmt Thomas Cook – Urlauber verschieben ihre Buchungen.“*⁸⁸ Die Erhebungseinheit bezieht sich nur auf den vierten Absatz des Artikels. *„Bereits Anfang Februar gab Reisekonzern TUI bekannt, dass die Sommerbuchungen für die Türkei im Vergleich zum Vorjahr bereits um 40 Prozent eingebrochen seien. Der Konzern sehe sich aber in der Lage, schnell auf die Veränderungen zu reagieren und Gästen Angebote in anderen Destinationen zu machen.“*⁸⁹ Wiederholt wird die kritische Situation des Konzerns auch im Artikel *„Darf man noch in die Türkei reisen?“*⁹⁰ veröffentlicht vom Tagesspiegel am 26. Juli 2016 von Sonja Alvarez. *„Wie sensibel die Urlauber tatsächlich reagieren, hat TUI bereits zu spüren bekommen. Die Türkei-Buchungen liegen bei minus 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, hatte TUI-Chef Jousen noch im Juni gesagt.“*⁹¹ Durch das stetige Wiederholen des Themas bleibt es aktuell und somit präsent. Die Wirkung auf den Leser oder die Leserin wird verstärkt. Durch die Wahl von negativen Ausdrücken wie *„eingebrochen“*⁹² oder *„minus.“*⁹³ Durch diesen Dysphemismus wird das Gesagte herabgesetzt und Missachtung ausgedrückt. Trotz dem Versuch, die ausgewählten Absätze neutral zu verfassen, bezwecken die Autoren durch die angewendeten Stilmittel das Gegenteil.

Ein Satz aus Abschnitt fünf des Artikels *„Darf man noch in die Türkei reisen?“*⁹⁴ schließt mit der Frage *„Oder unterstützen Urlauber mit einer Reise indirekt Erdogans Regime?“*⁹⁵ ab. Es handelt sich hierbei um eine Frage, die keine Antwort des Gegenübers, also dem Publikum verlangt. Die formulierte Frage unterstellt nämlich, dass die Antwort eindeutig ist. Es wird auf keine Antwort gezielt, die Frage dient der Betonung

⁸⁸ Vgl. *manager magazin*, <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/handel/thomas-cook-kunden-verschieben-wegen-terror-sommerbuchungen-a-1083565.html>, 2016, abgerufen am 10.01.2017 um 17:44 Uhr

⁸⁹ Vgl. Fußnote 88, *manager magazin*, 2016, Zeile 11-14

⁹⁰ Vgl. Tagesspiegel, <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/nach-dem-putschversuch-darf-man-in-der-tuerkei-jetzt-noch-urlaub-machen/13925174.html>, Alvarez, abgerufen am 11.10.2017 um 13:46 Uhr

⁹¹ Vgl. Fußnote 90, Tagesspiegel, Alvarez, Zeile 72-74

⁹² Vgl. *manager magazin*, <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/handel/thomas-cook-kunden-verschieben-wegen-terror-sommerbuchungen-a-1083565.html>, 2016, Zeile 12

⁹³ Vgl. Fußnote 90, Tagesspiegel, Alvarez, Zeile 73

⁹⁴ Vgl. Tagesspiegel, <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/nach-dem-putschversuch-darf-man-in-der-tuerkei-jetzt-noch-urlaub-machen/13925174.html>, Alvarez, abgerufen am 11.10.2017 um 13:46 Uhr

⁹⁵ Vgl. Fußnote 90, Tagesspiegel, Alvarez, Zeile 53-54

der negativen Hervorhebungen der gesamten Aussage und beeinflusst so die Meinung der Leser und Leserinnen.

Der Bericht *„Türkei leidet unter stärkstem Buchungseinbruch seit Jahrzehnten.“*⁹⁶ veröffentlicht im Spiegel am 28. Juli 2016 sieht als Grund für den Rückgang der Türkei-Reisen ebenfalls die Anschläge und Putschversuche. Die Türkei ist nicht mehr sicher. Der Bericht beschäftigt sich zum einen mit den Rückgängen der Zahlen großer und weltbekannter Konzerne. Zahlreiche Unternehmen haben mit den Folgen der derzeitigen Situation zu kämpfen. *„Für die Sommersaison verzeichnet das in Deutschland unter den Marken Neckermann und Öger bekannte Unternehmen bisher fünf Prozent weniger Buchungen als im Vorjahr. In Deutschland beträgt der Rückgang sogar sechs Prozent. Das Reiseangebot für die Türkei hat Thomas Cook inzwischen verringert [...].“*⁹⁷ Die Buchungen in Krisendestinationen bleiben weiterhin aus. *„Im Juni registrierte das Land nach Angaben des Tourismusministeriums gerade mal 2,44 Millionen Gäste aus dem Ausland. Das sind fast 41 Prozent weniger Besucher – der stärkste Rückgang seit mindestens 22 Jahren.“*⁹⁸ Nicht nur deutsche Unternehmen sind betroffen, das eigene Land, die Türkei ebenfalls, wie das letzte Zitat veranschaulicht. Auf der anderen Seite beschäftigt sich der Artikel mit dem Verhältnis zu Russland. Diese Spannung wirkt sich drastisch auf den Tourismus aus, da russische Reisende den Großteil der Besucher in der Türkei ausmachen. *„Außerdem ist das Verhältnis der Türkei mit Russland weiter angespannt. Von dort kamen in den ersten sechs Monaten 87 Prozent weniger Reisende in die Türkei.“*⁹⁹ Dieser Aspekt wurde ebenfalls in einem bereits analysierten Bericht *„Terrorismus schreckt Türkei-Urlauber ab.“*¹⁰⁰ diskutiert. *„Seit dem Abschuss einer russischen Militärmaschine durch die türkische Luftwaffe an der Grenze zu Syrien im November bleiben die russischen Besucher aus.“*¹⁰¹ Durch diesen Vorfall hat sich die Spannung zwischen den Ländern aufgebaut und zu drastischen Konsequenzen für die Türkei geführt. Sobald sich dieser Zustand ändert, wird der Tourismus in der Türkei aufatmen können. Dieser Akt scheint bereits im Gange zu sein *„Allerdings deutet sich eine Entspannung der türkisch-russischen*

⁹⁶ Vgl. Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/tourismus-in-der-tuerkei-staerkster-besuchereinbruch-seit-jahrzehnten-a-1105147.html>, 2016, abgerufen am 11.01.2017 um 18:18 Uhr

⁹⁷ Vgl. Fußnote 96, Spiegel Online, 2016, Zeile 19-22

⁹⁸ Vgl. Fußnote 96, Spiegel Online, 2016, Zeile 2-4

⁹⁹ Vgl. Fußnote 96, Spiegel Online, 2016

¹⁰⁰ Vgl. Tagesspiegel, <http://www.tagesspiegel.de/politik/angst-vor-anschlaegen-durch-is-oder-pkk-terrorismus-schreckt-tuerkei-urlauber-ab/13079642.html>, Seibert, abgerufen am 10.01.2017 um 15:48 Uhr

¹⁰¹ Vgl. Fußnote 100, Tagesspiegel, Seibert, Zeile 19-22

*Beziehungen an, was sich auch positiv auf den türkischen Tourismussektor auswirken dürfte.*¹⁰²

Der Artikel weist hauptsächlich negativ Fakten auf, ist jedoch neutral verfasst. Während einer genauen Betrachtung fällt eine Wiederholung der Themen auf, welche die Wirkung verstärkt. Weiterhin gibt es einen Gebrauch von negativen Begriffen „*Ausnahmezustand*“¹⁰³ oder „*äußerster Vorsicht*“¹⁰⁴. Diese Wortwahl setzt das Thema herab und äußert Missachtung. Zusammengefasst berichtet der Artikel ausschließlich über den Ernst der Lage vor Ort und lässt keinen Raum für Spekulationen.

Der letzte Artikel bezüglich des analytischen Teils in Hinblick auf die Türkei wurde am 19. Dezember 2016 im Spiegel Online veröffentlicht. Der Artikel trägt den Titel „*Terror dämpft Reiselust der Deutschen.*“¹⁰⁵ Ebenfalls bezieht sich die These auf eine dämpfende Reiselust aufgrund der Terroranschläge und politischen Krisen „*Erstmals seit Jahren schrumpft der deutsche Reisemarkt. Terroranschläge und politische Krisen halten viele Bundesbürger offenbar von Pauschalreisen ab.*“¹⁰⁶ Der Artikel beschäftigt sich mit mehreren Themenbereichen. Aufgrund der Krisen in der Türkei hat sich der Reisemarkt verändert „*Anschläge in beliebten Tourismusregionen und politischen Spannungen wie in der Türkei haben das Reiseverhalten der Bundesbürger verändert. Erstmals seit Jahren ist der deutsche Reisemarkt geschrumpft.*“¹⁰⁷ Der Umsatz vieler Veranstalter sinkt dadurch, sowie die Anzahl der Reisetage, was der DRV bestätigt „*Der Umsatz der Reiseveranstalter in Deutschland sank um drei bis vier Prozent auf etwa 26,3 Milliarden Euro, wie erste Berechnungen des Branchenverbandes DRV zeigen.*“¹⁰⁸ und „*Die Zahl der Reisetage sank leicht um 0,3 Prozent auf 1,67 Milliarden [...].*“¹⁰⁹ Ein weiterer Aspekt sind die Auswirkungen der Krisen auf die Reiseveranstalter. Dieser wurde in diversen Artikeln, wie in dieser Bachelorarbeit bereits thematisiert. Veranstalter, wie Thomas Cook und TUI vermerken deutliche Differenzen in ihren Zahlen als im Vorjahr „*Deutliche Kratzer in der Bilanz hinterließ die Türkei-Krise bei Europas zweitgrößtem Reiseveranstalter Thomas Cook, der in Deutschland Marktführer*

¹⁰² Vgl. Fußnote 96, Spiegel Online, Zeile 36-37

¹⁰³ Vgl. Fußnote 96, Spiegel Online, Zeile 10

¹⁰⁴ Vgl. Fußnote 96, Spiegel Online, Zeile 28

¹⁰⁵ Vgl. Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/reisen/deutschland/tourismus-terror-daempft-reiselust-der-deutschen-a-1126479.html>, 2016, abgerufen am 11.01.2016 um 12:21 Uhr

¹⁰⁶ Vgl. Fußnote 105, Spiegel Online, 2016, Zeile 1-2

¹⁰⁷ Vgl. Fußnote 105, Spiegel Online, 2016, Zeile 4-6

¹⁰⁸ Vgl. Fußnote 105, Spiegel Online, 2016, Zeile 9-11

¹⁰⁹ Vgl. Fußnote 105, Spiegel Online, 2016, Zeile 13

*für Reisen in das Land am Bosphorus ist.*¹¹⁰ TUI-Chef Jousen berichtet von mehr Kunden im Vorjahr, aber eine Million weniger in die Türkei. Die Reiselust für das Jahr 2017 steigt immerhin. Für das Sommergeschäft sehen die Forscher der GfK eine vielversprechende Tendenz. Der BTW rechnet sogar mit einem Anstieg um 0,9 Prozent. Die Menschen haben ihre Reisefreunde nicht verloren, jedoch ändern sich die Urlaubsart und die Destinationen. Die Menschen fahren an Orte, die sie als sicher wahrnehmen. Der Artikel schildert die Nachteile der Türkei-Krise sehr ausführlich. Der Autor bezieht sich mit seiner Schilderung auf diverse Bereiche der Tourismusbranche und verdeutlicht so das tatsächliche Ausmaß der Krise.

Wie in den zuvor analysierten Artikel wiederholen sich die Themen, woraus die Wichtigkeit des Informationsgehaltes deutlich wird. Der Artikel ist neutral geschrieben und stützt sich an den Aussagen von Forschern und Experten. Wie die Untersuchung dieses Artikels zeigt, beschreibt der Autor mit Hilfe von negativen Begriffen indirekt seine Meinung. Der Autor beleuchtet in diesem Artikel ebenfalls die Prognose für das Jahr 2017. Dazu wurde in keinem der analysierten Artikel Stellung genommen. Durch die Prognose wird dem Publikum ein Blick in die Zukunft gewährt. Durch die Aussagen der Forscher und Experten aus diesem Bereich wird die Prognose unterstrichen.

Der am 15. August 2013 im Focus Online erschiene Bericht mit dem Titel *„Buchungen für Ägypten gehen zurück.*¹¹¹ informiert über die drastischen Buchungsrückgänge, die von deutschen Veranstaltern, wie TUI, FTI, DER Touristik, Alltours, Thomas Cook und Neckermann zu verzeichnen sind. Dies lässt sich wie folgt belegen, *„So liegen die Buchungen beim Marktführer TUI Deutschland in der Sommersaison einstellig unter dem Vorjahresniveau [...].“*¹¹² ; *„Bei DER Touristik Köln liegen die Buchungen [...] weit unter dem normalen Niveau.“*¹¹³ ; *„Der Veranstalter FTI [...] hat noch ein zweistelliges Plus verzeichnet. Die Neubuchungen für den Winter sind [...] jedoch zurückgegangen.“*¹¹⁴ ; *„Alltours – Sprecherin [...] berichtet von rückläufigen Zahlen [...].“*¹¹⁵ Daraus lässt sich schließen, dass die Nachfrage für das Land spürbar

¹¹⁰ Vgl. Fußnote 105, Spiegel Online, 2016, Zeile 17-19

¹¹¹ Vgl. Focus Online, www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/reiseveranstalter-buchungen-fuer-aegypten-gehen-zurueck_aid_1072513.html, 2013, abgerufen am 11.01.2017 um 16:38 Uhr

¹¹² Vgl. Fußnote 111, Focus Online, 2013, Zeile 2-3

¹¹³ Vgl. Fußnote 111, Focus Online, 2013, Zeile 6-7

¹¹⁴ Vgl. Fußnote 111, Focus Online, 2013, Zeile 7-9

¹¹⁵ Vgl. Fußnote 111, Focus Online, 2013, Zeile 9-10

zurückgegangen ist und die Veranstalter gezwungen sind, Kapazitäten in Ägypten abzubauen.

Der Artikel ist neutral geschrieben, beschäftigt sich parallel jedoch mit negativen Themen. Die Meinung des Autors fließt nicht in den Artikel mit ein, wird aber von Aussagen direkt aus der Tourismusbranche gestützt. Es handelt sich bei diesem Artikel um keine Titelstory, da er viel zu knapp geschrieben ist und sich auf ein einziges Thema fokussiert. Der Begriff „zurückgegangen“ wird als das Stilmittel – Epipher verwendet. D.h. es handelt sich um eine Wiederholung eines Wortes am Ende aufeinanderfolgender Sätze. Durch die Wiederholung wird dem Begriff ein Nachdruck verliehen, der für Aufmerksamkeit beim Publikum sorgt. Dafür sorgen ebenfalls die Aussagen der Branchenexperten.

Eine Vielzahl von Artikeln aus verschiedenen Zeitschriften oder Online-Plattformen thematisieren das gleiche Thema wie der zuvor analysierte Bericht. Durch die Krise und die Putschversuche gehen die Buchungszahlen bei Reisen nach Ägypten zurück. Diesen Rückgang spürt keiner deutlicher als die Reiseveranstalter. Die Zeit Online veröffentlicht am 16. August 2013 den Artikel *„Reiseveranstalter sagen Reisen nach Ägypten ab.“*¹¹⁶ Der Titel ist aussagekräftig bietet eine klare Stellung dar. Auch dieser Bericht beschäftigt sich mit den Folgen für die Veranstalter. In diesem Artikel steht jedoch der Faktor Sicherheit im Fokus, da sich die Absagen auf den Rat des Auswertigen Amtes stützen. *„Die Reiseveranstalter TUI, Thomas Cook und Alltours haben alle Reisen nach Ägypten abgesagt. [...] Die Reiseanbieter reagieren damit auf einen sogenannten Reisehinweis des Auswertigen Amtes, der von allen Reisen nach Ägypten abrät.“*¹¹⁷ Zu den Absagen von TUI zählen unter anderem die Marken *„TUI, 1 -2 Fly, Airtours und Discount Travel.“*¹¹⁸ Bei Thomas Cook sind die Marken *„Neckermann Reisen, Thomas Cook, Bucher Last Minute und Öger Tours.“*¹¹⁹ von den Absagen betroffen.

Bei diesem Artikel handelt es sich um einen mehrseitigen Bericht, dessen Thematik in der Zeit Online, sowie weiteren Plattformen und Zeitschriften ausführlich dargestellt wurde. Der Inhalt des Artikels beschäftigt sich mit den negativen Seiten der Krise, ist in seinem Schreibstil jedoch neutral formuliert. Die eigene Meinung des Autors ist nicht zu

¹¹⁶ Vgl. Zeit Online, www.zeit.de/reisen/2013-08/reisewarnung-auswertiges-amt-aegypten, 2013, abgerufen am 11.01.2017 um 14:35 Uhr

¹¹⁷ Vgl. Fußnote 116, Zeit Online, 2013, Zeile 1-7

¹¹⁸ Vgl. Fußnote 116, Zeit Online, 2013, Zeile 21

¹¹⁹ Vgl. Fußnote 116, Zeit Online, 2013, Zeile 22-24

erkennen. Der Artikel berichtet informativ und transparent. Die Fakten und Folgen sind den Lesern und Leserinnen offen dargelegt und lassen diesen die Freiheit, ihre Meinung selbst zu fällen.

Um den Punkt der Themenwiederholung innerhalb der eigenen Zeitung aufzugreifen, ist der folgende Artikel optimal für diesen Vorgang. Der Artikel *„Ägypten leidet am Touristenschwund.“*¹²⁰ ist von Kirsten Grieshaber und Aya Batrawy geschrieben und wurde am 25. August 2013 in der Zeit Online veröffentlicht. Deutlich wird, dass es sich bei Ägypten jahrelang um eines der beliebtesten Reiseziele weltweit handelte. Im Zentrum des Artikels stehen die fallenden Zahlen, die die Unruhen zur Folge haben. Die Zahl der Einreisen an Flughäfen sind zurückgegangen sowie die Buchungszahlen bei vielen deutschen Veranstaltern. Dies kann ebenfalls aus dem Artikel *„Tod im Paradies.“*¹²¹ von Antje Blinda entnommen werden. Dieser Artikel ist am 15. August 2013 im Spiegel Online erschienen. In diesem Bericht heißt es *„So meldet der Branchenführer TUI, die Nachfrage für Ägypten-Urlaube sei zuletzt deutlich zurückgegangen. Die Buchungen [...] lägen einstellig unter dem Vorjahresniveau, Kapazitäten im Land würden abgebaut. Ähnlich sieht es bei der Konkurrenz, bei FTI, DER Touristik, Thomas Cook und Alltours aus, die von schwacher Nachfrage berichten.“*¹²² Auch der Bereich der Kreuzfahrtreedereien kommt zur Sprache. *„Eine TUI-Sprecherin sagte, ihr Unternehmen habe alle Fahrten nach Ägypten [...] abgesagt. [...]. Andere europäische Reiseunternehmen haben ähnlich entschieden. Der italienische Kreuzfahrtanbieter Costa Crociere hat für die bevorstehende Saison alle Reisen auf dem Roten Meer gestrichen sowie alle Haltepunkte in Ägypten.“*¹²³ All das, hat wirtschaftliche Auswirkungen. Nicht nur deutsche Veranstalter streichen Reisen nach Ägypten, Frankreich tut es ebenfalls. Weltweit sind Buchungsrückgänge aufgrund der Krisen und Unruhen zu vermerken, jedoch steht die Sicherheit im Vordergrund. Darauf müssen die Reiseveranstalter reagieren und Vorkehrungen treffen.

Der Artikel von Kirsten Grieshaber und Aya Batrawy besteht von mehreren Seiten. Im Fokus des Inhaltes steht der Rückgang an Touristen. Auch hier wird neutral berichtet, soweit es die Situation zulässt. Durch die Wiederholung wird dem

¹²⁰ Vgl. Zeit Online, www.zeit.de/reisen/2013-08/aegypten-unruhen-tourismus, Kirsten Grieshaber und Aya Batrawy, 2013, abgerufen am 11.01.2017 um 16:31 Uhr

¹²¹ Vgl. Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/tourismus-in-aegypten-a-916804.html>, Antje Blinda, 2013, abgerufen am 11.01.2017 um 16:38 Uhr

¹²² Vgl. Fußnote 121, Spiegel Online, 2013, Zeile 42-46

¹²³ Vgl. Fußnote 120, Zeit Online, 2013, Zeile 15-20

Thema Nachdruck und Wichtigkeit verliehen. Das Publikum wird stetig daran erinnert und erhält keine Möglichkeit das Thema aus den Augen zu verlieren.

Der Artikel „*Tourismus bricht in Tunesien und Ägypten stark ein.*“¹²⁴ wurde am 16. Februar 2011 im Focus Online veröffentlicht. Relevant für diese Analyse sind die Fakten bezüglich der Destination Ägypten. Der Autor fällt die These, dass die Buchungen wegen den Unruhen fast zum Stillstand gekommen sind. Der Eingang von Neubuchungen bleibt laut GfK aus. Eine Studie, die 1200 repräsentative Reisebüros zur Situation befragte, kam zu dem folgenden Ergebnis „[...] für Ägypten um 50 Prozent.“¹²⁵ Diese Aussage verdeutlicht den Einbruch der Buchungen für die kommenden Monate. Über den genannten Einbruch wird in anderen Zeitschriften und Artikeln berichtet. Ebenfalls wird die Studie erwähnt. „*Die Unruhen in Nordafrika haben die Tourismusindustrie schwer getroffen: [...] sanken die Buchungen deutscher Urlauber für Tunesien, in Ägypten um 50 Prozent [...].*“¹²⁶ Der Vergleich beider Artikel miteinander zeigt, dass das Thema des Touristenschwunds und die damit verbundenen Folgen ernstzunehmend sind.

Beide Artikel berichten über den gleichen Inhalt. Sie sind beide kurz geschrieben und fallen somit nicht unter die Kategorie einer Titelstory. Die Artikel beschäftigen sich mit kritischen Ausmaßen der Unruhen, sind aber neutral formuliert. Durch diese Formulierung bleibt den Lesern und Leserinnen Freiraum für ihre eigene, persönliche Meinungsbildung.

Der folgende gilt abschließend für den analytischen Teil dieser Arbeit und bezieht sich noch einmal auf die beiden Destinationen, Türkei und Ägypten.

Der Artikel „*Minus im Tourismus.*“¹²⁷ von Klaus Hildebrandt geschrieben und am 27. Oktober 2016 in der fvw veröffentlicht. Bei diesem Artikel handelt es sich um die Bilanz des Touristikjahres 2015 / 2016. Deutlich wird auch in diesem Artikel, dass die Veranstalter mit starken Buchungsrückgängen konfrontiert werden. Jedoch entsteht ein Ausgleich, da Reisen ins westliche Mittelmeer nun präferiert werden. „*Die deutlichen Buchungsrückgänge für die Türkei, Ägypten und Tunesien ließen sich bei den*

¹²⁴ Vgl. Focus Online, www.focus.de/reisen/afrika/krisenlaender-tourismus-bricht-in-tunesien-und-aegypten-ein_aid_600592.html, 2011, abgerufen am 11.01.2017 um 14:33 Uhr

¹²⁵ Vgl. Fußnote 124, Focus Online, 2011, Zeile 5-6

¹²⁶ Vgl. Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/krisenlaender-zahl-deutscher-urlauber-in-aegypten-und-tunesien.bricht-ein-a-745906.html>, 2011, abgerufen am 11.01.2017 um 18:28 Uhr

¹²⁷ Vgl. fvw, <http://www.fvw.de/drv-jahresbilanz-minus-im-touristikgeschaef/1/164496/18076/3>, Klaus Hildebrandt, 2016, abgerufen am 17.01.2017 um 20:23 Uhr

*Veranstaltern im nun zu Ende gehenden Touristikjahr 2015/16 (Stichtag 31. Oktober) durch die Zuwächse im westlichen Mittelmeer sowie bei Kreuzfahrten und Fernreisen nicht ausgleichen.*¹²⁸ Die Türkei und Ägypten haben in Bezug auf den Umsatz zwischen 40 und 60 Prozent verloren. Trotz einem Ausgleich liegen die Buchungen für die kommenden Monate noch immer unter dem Vorjahr. *„Für die neue Wintersaison liegen die Buchungen für die nächsten Monate noch unter dem Vorjahr [...]“*¹²⁹ Die Kernaussage ist, dass die Sicherheit eine wichtige Rolle für deutsche Urlaubsreisende spielt. Diese Sicherheit wird ihnen von den Veranstaltern und Reisebüros geboten. Der Artikel erschließt sich auf mehrere Seiten und ist sehr neutral geschrieben. Der Autor, Klaus Hildebrandt bringt seine eigene Meinung nicht zum Vorschein, sondern gibt Gesagtes der Experten auf der Tagung wieder. Das Thema der Buchungsrückgänge wird hier ebenfalls aufgegriffen und repräsentiert die Unsicherheit der Urlauber.

Abschließend zeigt diese Analyse, dass die Themen, die für die Leser und Leserinnen wissenswert sind, in verschiedenen Zeitschriften ausgiebig und genauestens behandelt werden.

8.2 Auswertung

Im ersten Teil werden die ausgewählten und analysierten Artikel, die über die vorliegende Situation in der Türkei berichten, ausgewertet. Dieser Vorgang wird mit Hilfe der zuvor erläuterten Kennzahlen durchgeführt. Anschließend erfolgt der gleiche Prozess, jedoch für die herausgefilterten und bearbeiteten Artikel bezüglich der Destination Ägypten.

Die sechs analysierten Artikel, stammen aus verschiedenen Jahren und verschiedenen Zeitschriften. Der Inhalt ist dahingegen fast identisch. Alle Artikel berichten von den Folgen, die die Türkei-Krise für deutsche Veranstalter hat. Diesbezüglich sind die Wünsche für zukünftige Türkei-Reisen deutlich gesunken. Weiterhin befassen sich alle Artikel mit dem Rückgang der Tourismuszahlen, da dieser offensichtlich zu erkennen ist. Die ersten drei Artikel, beschäftigen sich darüber hinaus mit den entstandenen

¹²⁸ Vgl. fww, <http://www.fww.de/drv-jahresbilanz-minus-im-touristikgeschaef/1/164496/18076/3>,

Klaus Hildebrandt, 2016, Zeile 1-7

¹²⁹ Vgl. Fußnote 128, fww, Klaus Hildebrandt, 2016, Zeile 54-56

Problemen für die Kreuzfahrtindustrie. Zahlreiche deutsche sowie italienische und norwegische Kreuzfahrtreedereien haben die Türkei und alle ihre Häfen aus den Programmen genommen. Alle Autoren meinen in ihren Artikeln, dass der vorliegende Terror verunsichert und Angst. Dementsprechend stimmen alle Artikel in Hinblick auf ihre Thesen überein, die Reisezahlen gehen aufgrund des Terrors, der Putschversuche und der Anschläge zurück. Eine weitere Gemeinsamkeit weist der Schreibstil auf. Die Artikel sind neutral verfasst, jedoch weisen alle eine negative Haltung in ihren Texten auf. In Bezug auf die Kennzahlen lässt sich sagen, dass die Größen der Artikel variieren, der Inhalt wird jedoch wiederholt. Die Anzahl der Artikel bezieht sich genau auf diesen Aspekt. Der analysierte Inhalt wird in diversen Zeitschriften und Zeitungen veröffentlicht, sodass bereits von einer erweiterten Menge gesprochen werden kann. Auch die Bewertungen beziehungsweise der Schreibstil stimmen weitgehend überein.

Im Folgenden werden die Artikel bezüglich Ägypten ausgewertet. Hier wurden sechs Artikel auf ihren Inhalt und die ausgearbeiteten Kennzahlen analysiert.

Hinsichtlich der analysierten Artikel kann gesagt werden, dass sich alle, inhaltlich, in gewissen Punkten ähneln. Alle Berichte thematisieren den Aspekt der Buchungsrückgänge seit den Ausschreitungen der Lage in Ägypten. Ebenfalls wird über die Folgen für deutsche Veranstalter berichtet, da diese schwer von der politischen Situation und den terroristischen Akten getroffen sind. In einem Artikel wird die Kreuzfahrtreederei aufgegriffen. Exakt wie bei der Türkei meiden einige Unternehmen die Anfahrt ägyptischer Häfen. Die Autoren diskutieren alle ein und dieselbe These, und zwar, dass die Buchungsrückgänge auf die Krisen und Unruhen zurückzuführen sind. Die Bewertung beziehungsweise die Art und Weise des Schreibstils sind gleich. Die Artikel sind teilweise neutral, aber auch negativ-kritisch verfasst. Die Autoren weisen alle eine negative Haltung in ihren Texten auf. In Bezug auf die Kennzahlen lässt sich sagen, dass die Größen der Artikel variieren, der Inhalt sich jedoch wiederholt. Die Anzahl der Artikel bezieht sich genau auf diesen Aspekt. Der analysierte Inhalt wird in verschiedenen Zeitschriften und Zeitungen veröffentlicht, sodass bereits von einer erweiterten Menge gesprochen werden kann.

In Bezug auf die ausgewählten Falldestinationen, Türkei und Ägypten und die Analyse diverser Medienberichte kann zusammenfassend gesagt werden, dass die Themen in den gewählten Artikeln informativ und sehr aktuell sind. Jeder einzelne Artikel gibt auf seine Art eine Meinung vor, obwohl sie neutral verfasst worden sind. Die Wiederholung der Thematiken sorgt für einen Nachdruck und zeigt die Wichtigkeit dieser Nachrichten. Durch das stetige Wiederholen bleiben die Vorfälle präsent und geraten nicht voreilig in Vergessenheit.

8.3 Ergebnisdarstellung

Der folgende Teil dieser Arbeit dient der Beurteilung der in den Abschnitten zuvor erarbeiteten und erfassten Erkenntnisse. In Bezug darauf soll die leitende Forschungsfrage „Verändert sich das Buchungsverhalten von deutschen Reisenden trotz unveränderter Krisensituation in direkter Abhängigkeit zur Medienberichterstattung?“ verifiziert oder falsifiziert werden.

Zusammenfassend kann anhand der Destinationsbeispiele gesagt werden, dass es sich in beiden Fällen um Katastrophen handelt, die aus politischen Konflikten heraus entstanden sind. Die Türkei-, sowie die Ägypten-Krise entstand zunächst auf politischer Ebene. Das Volk ist mit der Regierungsform und der Herrschaft unzufrieden und kämpft um seine Rechte und Freiheiten. Daraufhin kommt es zu terroristischen Krisen. Auseinandersetzungen zwischen Zivilisten und der Polizei sind erst der Anfang. Unzählige Putschversuche, Angriffe und Anschläge gegen den Staat führen zur Eskalation und erhöhen die Zahl der Toten enorm. Aus diesen Krisenarten geht es schließlich in beiden Ländern auch noch zu einer wirtschaftlichen Krise über. Von Belangen ist der Einbruch des Tourismus, von dem sowohl die Türkei als auch Ägypten profitiert.

Einen großen Teil zum Tourismuseinbruch tragen die Medien bei. Die Medien kontrollieren nicht, was sich das Publikum zu einzelnen Themen denkt, sondern worüber es sich Gedanken macht. Mit Hilfe der Fähigkeit, nahezu die gesamte Bevölkerung zu erreichen, wurde das Publikum über die derzeitigen Situationen in den Beispieldestinationen informiert. Dies geschieht noch immer und zwar über die drei größten Formen der Medien. Die Printmedien, das Fernsehen und das Internet. Auf diese Medien hat jeder, jederzeit Zugriff. Das Potential dieser Medien liegt darin, die Einstellungen und Meinungen des Publikums entgegen ihrer eigenen Ansichten in eine durch die Medien vorgegebene Richtung zu lenken. In Bezug auf die die Türkei und Ägypten wird von einer langfristig wirkenden Medienberichterstattung gesprochen. Es handelt sich um zeitlich überdauernde Muster der Berichterstattung, wobei sich der Informationsgehalt bezüglich der Destination Ägypten reduziert hat. Dies liegt an der sich beruhigenden Lage vor Ort. Somit kann gesagt werden, dass die Medien und die Berichterstattung eine Auswirkung darauf haben, worüber sich das Publikum Gedanken machen soll und beeinflusst es so in ihrer Meinungsbildung. Dieser Aspekt ist auf den Touristenrückgang in der Türkei und Ägypten zurückzuführen. Durch die Medienberichterstattung und dessen Beeinflussung schrecken Touristen vor Reisen in diese Länder zurück und suchen sich Alternativen.

„[...] seit dem Putsch im Juli reagieren die Deutschen auf die Berichterstattung.“¹³⁰

Schlussfolgernd wird damit die forschende Leitfrage verifiziert, denn das Buchungsverhalten von deutschen Reisenden verändert sich in direkter Abhängigkeit zur Medienberichterstattung, trotz unveränderter Krisensituation.

¹³⁰ Vgl. Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/tourismus-in-aegypten-a-916804.html>, Antje Blinder, 2013, abgerufen am 11.01.2017 um 16:38 Uhr

9 Fazit und Ausblick

Ziel dieser Arbeit war es, herauszufinden inwieweit Medienberichterstattungen das Buchungsverhalten bezüglich der Türkei und Ägypten verändern. Mit Hilfe des empirischen Teils wurde verdeutlicht, dass die Beispieldomäne tatsächlich Touristen verloren haben und viele große Reiseveranstalter Buchungsrückgänge verzeichnen. Grund dafür sind die Sorge sowie die Angst vor weiteren Terroranschlägen. Die Medienberichterstattungen beeinflussen die Einstellungen und Meinungen ihres Publikums und lenken diese in eine vorgegebene Richtung. Da die Medien informativ, aktuell und zügig berichten, ist das Publikum immer im Bilde über aktuelle Geschehnisse.

In Bezug auf Ägypten lässt sich sagen, dass die Medienberichterstattung nachgelassen hat. Grund dafür ist, dass sich das Land von den politischen und terroristischen Unruhen erholt. Dadurch wurden Reisen nach Ägypten von vielen Veranstaltern wieder in das Programm aufgenommen. Experten sind in Hinblick auf die Buchungszahlen optimistisch. D.h. bei sinkender, negativer Berichterstattung ändert sich die Meinung des Publikums zügig, denn der Faktor Sicherheit, zählt zu den wichtigsten Aspekten einer Reise.

Anders sieht das Ganze für die Destination Türkei aus. Immer wieder erscheinen negative Schlagzeilen in den Medien. Der Terror vor Ort nimmt kein Ende, wie das jüngste Ereignis in der Silvesternacht verdeutlicht. Den Reisenden kann keine Sicherheit im Land gewährleistet werden, weshalb auf Alternativen ausgewichen wird. Dementsprechend werden die Buchungen zunächst vermutlich weiterhin zurückhaltend ausfallen. Eine Änderung und ein Wiederanstieg der Nachfrage für Reisen in die Türkei ist jedoch nicht ausgeschlossen. Hilfreich wäre ein deutlicher Vermerk von Änderung und Beruhigung vor Ort, weniger negative Medienberichterstattung und das Gefühl von Sicherheit.

Literaturverzeichnis

BERG Waldemar: Tourismusmanagement, 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, NWB-Verlag, Herne, 2012.

Europäische Kommission: 1998.

FREYER Walter: Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11., überarbeitete und aktualisierte Auflage, De Gruyter, Oldenbourg, 2015.

GLAESSER Dirk: Krisenmanagement im Tourismus, Lang, Frankfurt am Main, 2001.

GLAESSER Dirk: Handbuch Krisenmanagement im Tourismus – erfolgreiches Entscheiden in schwierigen Situationen, Schmidt, Berlin, 2005.

KASPAR C.: Das System Tourismus im Überblick, Hädlich G. (Hrsg.), 1998, 3. Auflage, Tourismus – Management, WdG, Berlin, 1998.

KROEBER – RIEL Werner: Konsumentenverhalten, 5. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Franz Vahlen, 1992.

KRYSTEK Ulrich: Unternehmenskrisen – Beschreibung, Vermeidung und Bewältigung überlebenskritischer Prozesse in Unternehmungen, Gabler, Wiesbaden, 1987.

PETERS M., WEIERMEIER K.: Innovationen und Innovationsverhalten im Tourismus, Bieger T., 2002, Lässer C. (Hrsg.) Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2001/2002, St. Gallen, 2002.

REINEKE Wolfgang: Krisenmanagement – Richtiger Umgang mit den Medien in Krisensituationen, 1. Auflage, Stamm Verlag GmbH, Essen, 1997.

SPÖREL U.: Die amtliche deutsche Tourismusstatistik, Haedrich, 1998.

STEINECKE Albrecht: Tourismus – Eine geographische Einführung, 1. Auflage, Westermann, Braunschweig, 2006.

WÖHLER Karlheinz: Innenmarketing in Fremdenverkehrsorten, Lüneburg, 1993.

ZIMMERMANN Ekkart: Krisen, Staatsstrieche und Revolutionen – Theorien, Daten und neuere Forschungsansätze, Westdeutscher Verlag, Opladen, 1981 (Qureshi, 1976 zitiert).

Zeitschriften

DER SPIEGEL Spezial: Ein Land verliert die Freiheit – Brennpunkt Türkei,
Ausgabe 1/2016, SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, September 2016.

Internetquellen

Buchungsverhalten: URL: soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/FreiTour-Wiki/Buchungsverhalten,tm.html, Stand 28.12.2016.

Bundeszentrale für politische Bildung: Meinungsbildung und Kontrolle der Medien,
2016, URL: www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172240/meinungsbildung-und-kontrolle-der-medien?p=all, Stand 04.12.2016.

Bundeszentrale für politische Bildung: Protestwelle in der Türkei, 2013,
URL: www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/162735/protestwelle-tuerkei-06-06-2013,
Stand 05.01.2017.

Bundeszentrale für politische Bildung: Wie Medien genutzt werden und was sie
bewirken, 2011,
URL: www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=all,
Stand 02.12.2016.

Deutsch Türkische Nachrichten: Soziale Unruhen 2014: Türkei gehört jetzt zu den
Hoch-Risiko-Staaten, 2014,
URL: www.Deutsch-tuerkische-nachrichten.de/2014/01/496557/soziale-unruhen-2014-tuerkei-gehoert-jetzt-zu-den-hoch-risiko-staaten/, Stand 05.01.2017.

Focus Online: Buchungen für Ägypten gehen zurück, 2013,
URL: www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/reiseveranstalter-buchungen-fuer-aegypten-gehen-zurueck_aid_1072513.html, Stand 11.01.2017.

Focus Online: Tourismus bricht in Tunesien und Ägypten stark ein, 2011,
URL: www.focus.de/reisen/afrika/krisenlaender-tourismus-bricht-in-tunesien-und-aegypten-stark-ein_aid_600592.html, Stand, 11.01.2017.

Focus Online: Urlauber halten sich mit Türkei-Buchungen zurück, 2016
URL: www.fous.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/unternehmen-urlauber-halten-sich-mit-tuerkei-buchungen-zurueck_id_5253490.html, Stand 10.01.2017.

FVW Touristik & Business Travel: HolidayCheck-Monitor – Reisende sind durch Krisen verunsichert, 2016,

URL: <http://www.fvw.de/idex.cfm?cid=18076&pk=153463&event=showarticle>, Stand 22.01.2017.

FVW Touristik & Business Travel: Minus im Tourismusgeschäft, Klaus Hildebrandt, 2016, URL: <http://www.fvw.de/index.cfm?cid=18076&pk=164496&event=showarticle>, Stand 17.01.2017.

Gabler Wirtschaftslexikon: Definition Fernsehen, Prof. Dr. Insa Sjurts, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/569835/fernsehen-v1.html>, Stand 30.11.2016.

Gabler Wirtschaftslexikon: Definition Internet, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/9169/internet-v13.html>, Stand 30.11.2016.

Gabler Wirtschaftslexikon: Definition Massenmedien, Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54945/massenmedien-v5.html>, Stand 30.11.2016.

Gabler Wirtschaftslexikon: Definition Printmedien, Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/81316/printmedien-v5.html>, Stand 14.01.2017.

Laenderdaten: Ägypten, URL: <https://www.laenderdaten.info/Afrika/Aegypten/index.php>, Stand 14.01.2017.

Manager magazin: Urlauber verschieben ihre Buchungen, 2016, URL: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/handel/thomas-cook-kunden-verschieben-wegen-terror-sommerbuchungen-a-1083565.html>, Stand 10.01.2017.

N-TV: Terror an deutschen Urlaubszielen – „Gewisse Buchungszurückhaltung spürbar“, 2016, URL: <http://www.n-tv.de/reise/gewisse-buchungszurueckhaltung-spuerbar-article16756116.html>, Stand 30.12.2016.

Politische Bildung: Ein Land zwischen Fortschritt und Rückschritt, URL: www.politische-bildung.de/aegypten.html#c7871, Stand 06.01.2017.

Presseportal: Anschläge verändern Reiseverhalten: Krisenländer verlieren Urlauber, 2016, URL: www.presseportal.de/pm/73164/3245538, Stand 28.12.2016.

Reiseradio: Reiseradio – Sendung 219, 2016,

URL: travel-radio.eu/reiseradio-sendung-219/#more-8186, Stand 28.12.2016.

Repetico: Krisenmanagement im Tourismus, 2010,

URL: <https://www.repetico.de/karte-16594868>, Stand 28.12.2016.

Spiegel Online: Terror dämpft Reiselust der Deutschen, 2016,

URL: <http://www.spiegel.de/reisen/deutschland/tourismus-terror-daempft-reiselust-der-deutschen-a-1126479.html>, Stand 11.01.2017.

Spiegel Online: Tod im Paradies, Antje Blinda, 2013,

URL: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/tourismus-in-aegypten-a-916804.html>,
Stand 15.01.2017.

Spiegel Online: Türkei leidet unter stärkstem Besuchereinbruch seit Jahrzehnten,

2016, URL: www.spiegel.de/reise/aktuell/tourismus-in-der-tuerkei-staerkster-besuchereinbruch-seit-jahrzehnten-a-1105147.html, Stand 11.01.2017.

Spiegel Online: Was Türkei-Reisende jetzt wissen müssen, 2016,

URL: www.spiegel.de/reise/aktuell/attentat-in-istanbul-kann-ich-nun-den-flug-stornieren-a-1100415.html, Stand 10.01.2017.

Spiegel Online: Zahl deutscher Urlauber in Ägypten und Tunesien bricht ein, 2011,

URL: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/krisenlaender-zahl-deutscher-urlauber-in-aegypten-und-tunesien-bricht-ein-a-745906.html>, Stand 11.01.2017.

Statista: Beliebteste Reiseziele der Deutschen (Urlaubsziele in den letzten 12 Monaten) in den Jahren 2015 und 2016, 2017,

URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170822/umfrage/tourismus---beliebteste-urlaubsziele-der-letzten-12-monate/>, Stand 30.11.2016.

Statista: Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer ausgewählter Medien in Deutschland in den Jahren 2014 und 2016 (in Minuten), 2017,

URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/165834/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-medien-in-deutschland/>, Stand 30.11.2016.

Statista: Ranking der beliebtesten Reiseziele der Bevölkerung in Deutschland in den Jahren 2013 bis 2015, 2017,

URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/172084/umfrage/reiseziel-der-urlaubsreise-in-den-letzten-12-monaten/>,
Stand 06.12.2016.

Stern: Die Republik Türkei, Stefanie Rosenkranz, 2004,

URL: www.stern.de/politik/ausland/zahlen--daten--fakten-die-republik-tuerkei-3068938.html, Stand 14.01.2017.

Tagesspiegel: Darf man in der Türkei jetzt noch Urlaub machen?, Sonja Alvarez, 2016,

URL: www.tagesspiegel.de/wirtschaft/nach-dem-putschversuch-darf-man-in-der-tuerkei-jetzt-noch-urlaub-machen/13925174.html, Stand 11.01.2017.

Tagesspiegel: Terrorismus schreckt Türkei-Urlauber ab, Thomas Seibert, 2016,

URL: <http://www.tagesspiegel.de/politik/angst-vor-anschlaegen-durch-is-oder-pkk-terrorismus-schreckt-tuerkei-urlauber-ab/13079642.html>, Stand 10.01.2017.

Welt: Ägypten-Krise Informationen und Hintergründe,

URL: <https://www.welt.de/themen/aegypten-krise/>, Stand 14.01.2017.

Zeit Online: Ägypten leidet am Touristenschwund, Kirsten Grieshaber und

Aya Batrawy, 2013,

URL: www.zeit.de/reisen/2013-08/aegypten-unruhen-tourismus, Stand 15.01.2017.

Zeit Online: Reiseveranstalter sagen Reisen nach Ägypten ab, 2013,

URL: www.zeit.de/reisen/2013-08/reisewarnung-auswertiges-amt-aegypten, Stand 11.01.2017.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Hamburg, 23.01.2017

Ort, Datum

Vorname Nachname