

# Inhalt

<b>Vorbemerkung</b>	14
<b>1 Mit „Sicherheit“ zu einer Pragmatischen Geographie?</b>	15
<b>2 Meta-theoretische Verortung</b>	19
2.1 Skizzen einer Pragmatischen Geographie	20
2.1.1 Die Rolle von Handlung und Wandel im Forschungsprozess nach Dewey	21
2.1.2 Die soziale Bedingtheit von Wahrheit und Wirklichkeit	27
2.1.3 Pragmatismus als Wissenschaftstheorie	29
2.1.4 Zur Rezeption des Pragmatismus	31
2.1.5 Zwischenfazit: Der Pragmatismus als anderes Erkenntniskonzept	32
2.2 Handlungstheoretische Grundlagen	34
2.2.1 Das interpretative Handlungskonzept	34
2.2.2 Zur Handlungsmächtigkeit überindividueller Akteure	37
2.2.3 Zwischenfazit	41
2.3 Pragmatismus, Wirtschaftsgeographie und Cultural Turn	42
<b>3 Forschungsdesign und Methodik</b>	47
3.1 Auswahl der Untersuchungsländer	50
3.2 Experteninterviews als Methode des Erkenntnisprozesses	52
3.2.1 Meta-theoretische Prämissen – Experteninterviews als Instrument qualitativer Sozialforschung	52
3.2.2 Der Forschungsprozess und seine schriftliche Darstellungsstruktur	53
3.2.3 Experteninterviews als Zugang zu einem definierten Wirklichkeitsausschnitt	54
3.2.4 Auswahl der Gesprächs- und Interviewpartner	55



3.2.5	Zur Ambivalenz von Interviewleitfäden und Experten-interviews	62
3.2.6	Dokumentation der Interviews	63
3.2.7	Auswertung der Interviews als interpretativer Akt	64
3.3	Herausforderungen empirischen Arbeitens in der Arabischen Welt	65
<b>4</b>	<b>Eine Situation wird unbestimmt: zur Tourismusentwicklung in der Arabischen Welt</b>	<b>67</b>
4.1	Entwicklung und Struktur der Tourismusnachfrage in Nordafrika und dem Nahen Osten bis zum Jahr 2000	68
4.1.1	Tourismusentwicklung in Nordafrika und der Levante 1990 bis 2000	72
4.1.2	Tourismusentwicklung in den Staaten der Arabischen Halbinsel von 1990 bis 2000	78
4.1.3	Zwischenfazit: Grundstrukturen der Tourismusentwicklung in der Arabischen Welt	83
4.2	Forschungsstand zum Einfluss von Unsicherheit auf die touristische Nachfrage	85
4.3	Veränderungen der touristischen Nachfrage in der Arabischen Welt seit dem 11. September	93
4.3.1	Zeitgeschichtlicher Kontext: Die Ereignisse im Zuge des 11. Septembers	94
4.3.2	Lesarten des Konfliktes Exkurs – von Kulturkonzepten und Raumabstraktionen	100 104
4.3.3	Forschungsstand zu den Folgen gewalttätiger politischer Unruhen für die touristische Nachfrage seit dem 11. September	108
4.3.4	Empirisch beobachtbare Veränderungen der touristischen Nachfrage	109
4.3.5	Eine unbestimmte Situation: zum Einfluss der Nachfrageentwicklung auf die Angebotsseite	122
4.4	Tourismusentwicklung aus angebotsorientierter Perspektive	124
4.4.1	Forschungsstand und -perspektiven aus ökonomischer und angebotsorientierter Perspektive	124
4.4.2	Akteursstrukturen im internationalen Tourismus	129
4.4.3	Struktur der Hotelwirtschaft in der Arabischen Welt	135
4.4.3.1	Hotelinvestoren und -eigentümer	136
4.4.3.2	Arabische Hotelunternehmen	142
4.4.3.3	Transnationale Hotelunternehmen	143
4.4.3.4	Integrierte Tourismusunternehmen	147
4.4.3.5	Zwischenfazit	147



<b>5</b>	<b>Theoretische Brillen und empirische Befunde</b>	<b>149</b>
5.1	Brille eins: Sicherheitskrisen und Krisenmanagement in der Tourismusbirtschaft	151
5.1.1	Sicherheitskrisen und die Tourismusbirtschaft	151
5.1.1.1	Krisen als Herausforderung für die Tourismusbirtschaft	151
5.1.1.2	Krisenmanagement – Aufgabe des Marketings?	153
5.1.1.3	Nicht-marketingfokussierte Krisenreaktionen	154
5.1.1.4	Zwischenfazit: Theoretische Brillen zum Einfluss von Unsicherheit auf die Handlungen angebotsschaffender Akteure	157
5.1.2	Empirische Befunde I: Modell der Krisenreaktions- möglichkeiten angebotsschaffender Akteure in der Arabischen Welt	158
5.1.2.1	Nachfrage stimulierende Optionen	158
5.1.2.2	Nachfrage generierende Optionen	159
5.1.2.3	Organisationale Optionen	160
5.1.3	Empirische Befunde II: Nutzung der Krisenreaktions- möglichkeiten	162
5.1.3.1	Nutzung Nachfrage stimulierender Optionen	163
5.1.3.2	Effektivität und Folgen der Nutzung Nachfrage stimulierender Optionen	173
5.1.3.3	Nutzung Nachfrage generierender Optionen	183
5.1.3.4	Effektivität und Folgen der Nutzung Nachfrage generierender Optionen	194
5.1.3.5	Nutzung organisationaler Optionen	198
5.1.4	Theoretischer Stellenwert von Sicherheitsbelangen für die organisationalen Strategien TNHU	207
5.1.5	Neue Fragen	213
5.2	Brille zwei: Krisenreaktionen aus organisationstheoretischer Sicht	214
5.2.1	Krisenreaktionen als organisationale Lernprozesse	215
5.2.1.1	Theorien organisationaler Lernprozesse – ein weites Feld	215
5.2.1.2	Welches Konzept organisationalen Lernens?	218
5.2.1.3	Ein pragmatisches Modell organisationalen Lernens	230
5.2.1.4	Pragmatische Modifikationen des Modells organisationalen Lernens von Argyris & Schön	238
5.2.1.5	Forschungsstand zum organisationalen Lernen im Tourismus	241
5.2.1.6	Fazit: Krisenreaktionen in der Tourismus- wirtschaft als Formen organisationalen Lernens?	242



5.2.2	Empirische Befunde: Krisenreaktionsmöglichkeiten als Handlungsoptionen im Prozess organisationalen Lernens von Tourismusunternehmen	243
5.2.2.1	Nachfrage stimulierende Optionen und Einschleifen-Lernprozesse	244
5.2.2.2	Organisationale Optionen und Zweischleifen-Lernprozesse	246
5.2.2.3	Nachfrage generierende Optionen als neue Art organisationaler Lernprozesse	249
5.2.2.4	Zwischenfazit: Modifikation des Modells organisationaler Lernprozesse	251
5.2.3	Neue Fragen	253
5.3	Brille drei: Lernhemmnisse und sozio-kulturelle Einbettung unternehmerischen Handelns	255
5.3.1	Lernhemmnisse: zur begrenzenden Wirkung bestehender Strukturen	255
5.3.1.1	Lernhemmnisse in der Theorie organisationalen Lernens	256
5.3.1.2	Die Rolle sozio-kultureller Faktoren für Lernprozesse	262
5.3.2	Empirische Befunde: zur lernbegrenzenden Wirkung organisationaler Wirklichkeiten	266
5.3.3	Neue Fragen	280
<b>6</b>	<b>Ergebnisse – wie unsicher ist die Wirklichkeit? Krisenreaktionen und organisationale Lernprozesse</b>	<b>283</b>
<b>7</b>	<b>Ausblick – zur normativen Komponente einer Pragmatischen Wirtschaftsgeographie</b>	<b>285</b>
	<b>Literatur</b>	<b>289</b>
	<b>Verzeichnis der Interviewpartner</b>	<b>325</b>
	<b>Danksagung</b>	<b>327</b>