

Florian Wohlfart

## **Chinesische Touristen in Deutschland**

*Schwerpunkt Köln.*

*Eine empirische Untersuchung.*

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2007 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783836604345

**Florian Wohlfart**

# **Chinesische Touristen in Deutschland**

**Schwerpunkt Köln. Eine empirische Untersuchung.**



# Diplomarbeit

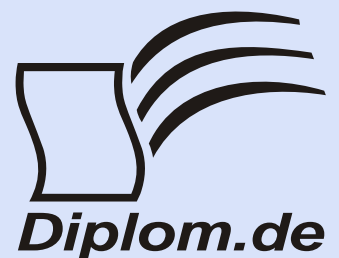
---

ISBN: 978-3-8366-0434-5

Florian Wohlfart

## China-Tourismus in Köln

*Eine empirische Untersuchung*



Florian Wohlfart  
**China-Tourismus in Köln**  
Eine empirische Untersuchung

ISBN: 978-3-8366-0434-5  
Druck Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2007  
Zugl. Universität zu Köln, Köln, Deutschland, Diplomarbeit, 2007

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH  
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2007  
Printed in Germany

## GLIEDERUNG

I.	ABBILDUNGS-, TABELLEN- UND KARTENVERZEICHNIS.....	II
II.	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	III
	TEIL A .....	1
1.	EINLEITUNG .....	1
1.1.	Begriffsabgrenzung.....	2
1.2.	Aufbau der Arbeit .....	4
2.	ENTWICKLUNG DES CHINESISCHEN TOURISMUS .....	4
2.1.	Vorbemerkung zur chinesischen Tourismusstatistik.....	5
2.2.	Der Incoming-Tourismus in China – Beginn einer Entwicklung.....	6
2.3.	Der Binnentourismus in China.....	9
2.4.	Der chinesische Outbound-Tourismus .....	10
3.	EINFLUSSFAKTOREN AUF DEN CHINESISCHEN OUTBOUND-TOURISMUS.....	23
3.1.	Pushfaktoren.....	23
3.2.	Pullfaktoren.....	27
4.	KÖLN – DESTINATION DES INTERNATIONALEN TOURISMUS .....	28
4.1.	Wirtschaftliche Bedeutung der chinesischen Touristen für Köln.....	29
	TEIL B .....	32
5.	FORSCHUNGSFRAGEN BEZÜGLICH DER EINFLUSSFAKTOREN AUF DEN CHINESISCHEN KÖLN-TOURISMUS .....	32
6.	AUFBAU DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	33
6.1.	Standardisierte Befragung chinesischer Touristen .....	33
6.2.	Expertenbefragungen ansässiger Leistungsträger .....	34
	TEIL C .....	34
7.	ERGEBNISSE DER ERHEBUNG.....	34
7.1.	Soziodemographische Merkmale der Stichprobe.....	35
7.2.	Buchungsverhalten und Informationsquellen.....	38
7.3.	Motive eines Besuchs.....	39
7.4.	Reiseverlauf.....	43
7.5.	Ausgaben der chinesischen Gäste .....	46
7.6.	Zufriedenheit der Touristen mit Teilleistungen der Reise in Köln.....	49
8.	AUSGEWÄHLTE ERGEBNISSE DER EXPERTENBEFRAGUNG .....	50
9.	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR ENTSCHEIDUNGSTRÄGER AUS POLITIK UND WIRTSCHAFT .....	54
10.	ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSBEMERKUNG .....	60
III.	LITERATURVERZEICHNIS .....	62
IV.	ANHANG.....	69
	EXPERTENINTERVIEWS UND SONSTIGE INFORMATIONSMATERIALIEN .....	71
	STANDARDISIERTER FRAGEBOGEN ZUR BEFRAGUNG CHINESISCHER TOURISTEN (ORIGINAL) .....	73
	STANDARDISIERTER FRAGEBOGEN ZUR BEFRAGUNG CHINESISCHER TOURISTEN (ÜBERSETZUNG).....	75

## I. Abbildungs-, Tabellen- und Kartenverzeichnis

### ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Deviseneinnahmen und Personenankünfte der VRC aus dem int. Tourismus 1978-2006.....	7
Abb. 2: Zahl chinesischer Outbound-Touristen 1995-2005 nach Zielregion .....	17
Abb. 3: Ankünfte, Übernachtungen und Anteil chinesischer Gäste in NRW 1996-2006 .....	19
Abb. 4: Ankünfte und Übernachtungen von chinesischen Gästen in Köln sowie Anteil an allen Ankünften/Übernachtungen in ganz Deutschland .....	22
Abb. 5: Internationale Zusammensetzung des Tourismus in Köln (Übernachtungen).....	28
Abb. 6: Geschlechterverteilung und Altersgruppen der chinesischen Freizeittouristen in Köln.....	35
Abb. 7: Berufs- und Einkommensgruppen der chinesischen Freizeittouristen .....	37
Abb. 8: Ausbildung und Fremdsprachenkenntnisse der Freizeittouristen.....	38
Abb. 9: Reise-Erfahrung und verwendete Visa (Freizeittouristen) .....	40
Abb. 10: Gründe für einen Kölnbesuch und besuchte Attraktionen (Freizeittouristen) .....	42
Abb. 11: Andere besuchte Länder (EU) und Städte (D) der chinesischen Freizeittouristen .....	44
Abb. 12: Die am häufigsten gekauften Waren .....	49
Abb. 13: Zufriedenheit der Freizeittouristen mit ausgewählten Leistungen in Köln .....	49

### TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1: Wichtige Kennzahlen der VR China mit Tourismus-Relevanz .....	24
Tab. 2: Ausgaben der befragten chinesischen Touristen.....	46

### KARTENVERZEICHNIS

Karte 1: Übernachtungen chinesischer Gäste pro 1000 Einwohner in NRW im Jahr 2006.....	20
Karte 2: BIP/Kopf VR China 2005 .....	69
Karte 3: Übernachtungsintensität chinesischer Gäste in Deutschland 2006.....	70



## II. Abkürzungsverzeichnis

ADS	Status als „Zugelassenes Reiseziel“ ( <i>Approved Destination Status</i> )
BDO	Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer e.V.
BeherbStatG	Beherbergungsstatistikgesetz
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMWA	Bundesministerium für Wissenschaft und Arbeit (bis 2005)
CNTA	<i>China National Tourism Administration</i>
CNTO	<i>China National Tourism Office</i>
CTS	<i>China Travel Service</i>
DAPG	Deutsche Asia Pacific Gesellschaft e.V.
DCW	Deutsch-Chinesische Wirtschaftsvereinigung e.V.
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DTV	Deutscher Tourismus Verband e.V.
DWIF	Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V.
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
ETC	<i>European Travel Commission</i>
HDI	<i>Human Development Index</i>
IHK	Industrie- und Handelskammer
LDS	Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik (NRW)
LÖG NRW	Ladenöffnungsgesetz des Landes Nordrhein-Westfalen
MICE	<i>Meetings, Incentives, Conventions and Events</i>
n	Stichprobenumfang (in Abbildungen und Text verwendet)
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
RMB	<i>Renminbi</i> (chinesische Landeswährung, auch <i>Yuan</i> )
SARS	<i>Severe Acute Respiratory Syndrome</i>
SIS	Schengener Informationssystem
SVZ	Sonderverwaltungszone
SWZ	Sonderwirtschaftszone
UNWTO	Welttourismusorganisation (seit Dez. 2005, vorher ebenfalls ‘WTO’)
VFR	Besuch von Freunden und Verwandten ( <i>Visiting Friends and Relatives</i> )
VIS	Visa-Informationssystem
VRC	Volksrepublik China
WHO	Weltgesundheitsorganisation ( <i>World Health Organization</i> )
WTO	Welthandelsorganisation ( <i>World Trade Organization</i> )
WTTC	<i>World Travel &amp; Tourism Council</i>