

Das Studienbuch bietet einen knappen, aber zugleich umfassenden Überblick über den Filmtourismus; dabei werden folgende Fragen beantwortet:

- Was ist Filmtourismus?
- Was suchen die Filmtouristen?
- Wie engagieren sich Destinationen im Filmtourismus?
- Welche Wirkungen hat der Filmtourismus?
- Welche touristische Bedeutung haben filmbezogene Kultur-, Unterhaltungs- und Freizeiteinrichtungen sowie Events?
- Wie können Tourismusorganisationen den Filmtourismus erfolgreich nutzen?

Dieses Basiswissen wird auf anschauliche und praxisnahe Weise vermittelt – u. a. anhand zahlreicher *Best-Practice*-Beispiele, Grafiken und Fotos; darüber hinaus finden sich am Ende des Bandes umfangreiche Checklisten, die Tourismusakteuren als Anregung für eine intensive Beschäftigung mit dem Filmtourismus dienen sollen. Mit diesem Konzept wendet sich das Studienbuch vor allem an:

- Studierende und Dozenten tourismusbezogener Studiengänge an Dualen Hochschulen, Fachhochschulen und Universitäten, die sich rasch einen fundierten Überblick über das Thema verschaffen möchten;
- Verantwortliche in Tourismusdestinationen, die das vorhandene filmtouristische Potenzial künftig intensiver nutzen wollen bzw. daran interessiert sind, durch die Zusammenarbeit mit Produktionsfirmen und *Film Commissions* ein neues Marktsegment zu erschließen.

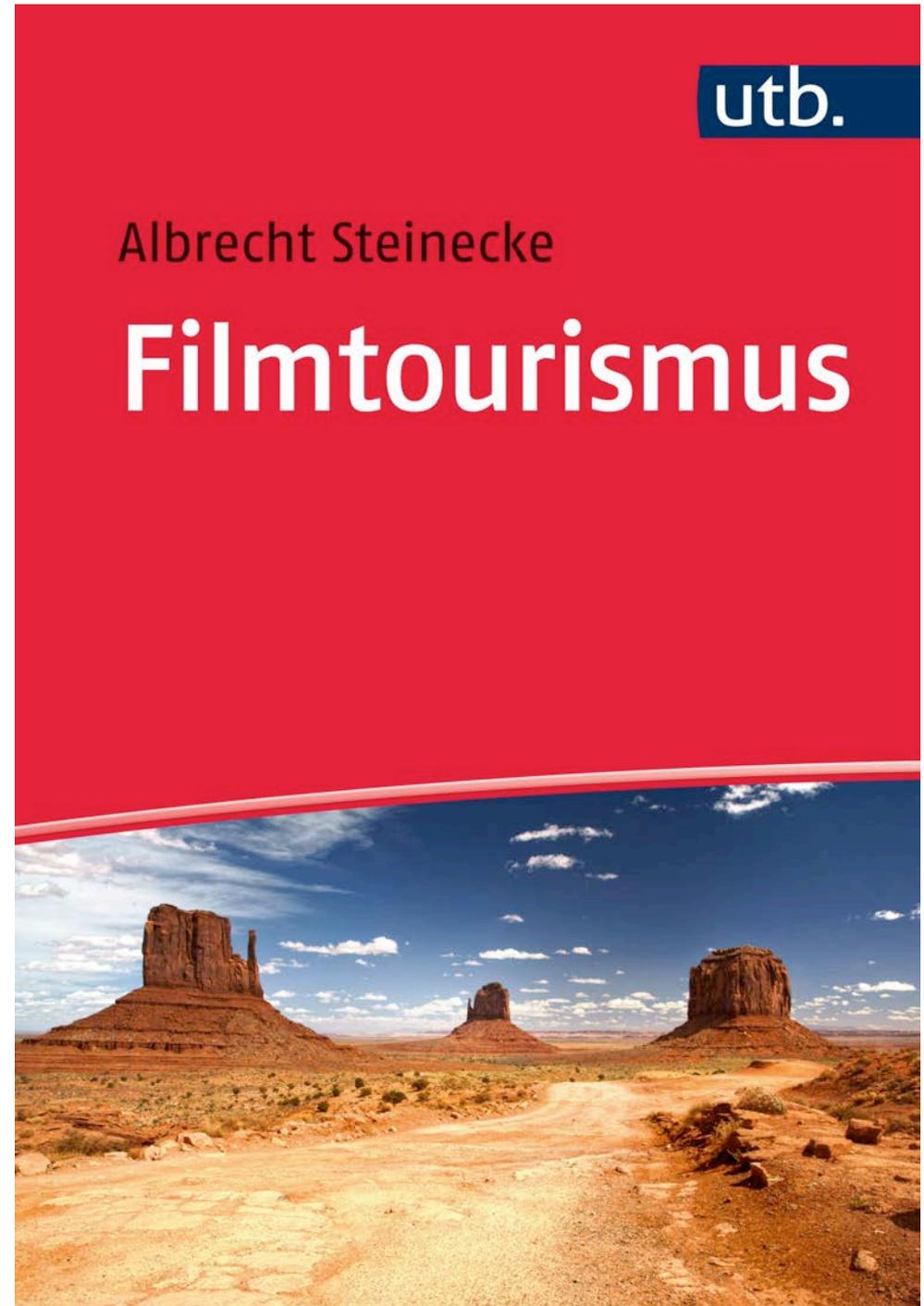


**Der Autor: Prof. Dr. Dr. h. c. (BSU) Albrecht Steinecke**

*1997-2013 Inhaber des Lehrstuhl für Wirtschafts- und Fremdenverkehrsgeographie an der Universität Paderborn  
langjährige Lehr- und Forschungstätigkeit an in- und ausländischen Universitäten (TU Berlin, FU Berlin, Bielefeld, Trier, FU Bozen)*

*breite Consulting-Erfahrungen als langjähriger Geschäftsführer des Europäischen Tourismus Instituts GmbH (Trier)*

*zahlreiche Publikationen zu den Themen Kulturtourismus, Trendforschung, Erlebnis- und Konsumwelten, Destinationsmanagement und internationaler Tourismus*



## Inhalt

### 1 Was ist Filmtourismus?

- 1.1 Definition des Filmtourismus
- 1.2 Orte des Filmtourismus
  - 1.2.1 *On Locations*: Gebäude, Dörfer, Städte und Landschaften
  - 1.2.2 *Off Locations*: Erinnerungsorte, Filmparks und Events
- 1.3 Einordnung des Filmtourismus
  - 1.3.1 Schauplätze bedeutender Ereignisse
  - 1.3.2 Erinnerungsorte an wichtige Persönlichkeiten
  - 1.3.3 Schnittstellen zu anderen Tourismusarten
- 1.4 Bedeutung des Filmtourismus

### 2 Was suchen die Filmtouristen?

- 2.1 Motive und Erwartungen der Filmtouristen
  - 2.1.1 Externe Pull-Faktoren
  - 2.1.2 Interne Push-Faktoren
  - 2.1.3 Typologien von Filmtouristen
  - 2.1.4 Imaginäre Geographien
  - 2.1.5 Narrative Räume
  - 2.1.6 Hyperreale Orte
- 2.2 Reaktionen und Verhaltensweisen der Filmtouristen
  - 2.2.1 Emotionen
  - 2.2.2 Rituale
  - 2.2.3 *Reenactment*

### Exkurs: Der Kult um die *Celebrities*

### 3 Wie engagieren sich Destinationen im Filmtourismus?

- 3.1 Location Placement als Marketing-Strategie
  - 3.1.1 Ziele und Methoden des Location Placement
  - 3.1.2 *Film Commissions* als Förderinstitutionen
- 3.2 Filmtouristisches Destinationsmanagement
  - 3.2.1 Filmtouristische Markenbildung
  - 3.2.2 Filmtouristische Produktpolitik
  - 3.2.3 Filmtouristische Kommunikationspolitik

### 4 Welche Wirkungen hat der Filmtourismus?

- 4.1 Touristische Effekte
  - 4.1.1 Steigerung der touristischen Nachfrage
  - 4.1.2 Imageeffekte
- 4.2 Effekte auf die Drehorte
  - 4.2.1 Ökonomische Effekte des Filmtourismus
  - 4.2.2 Soziale Effekte des Filmtourismus
  - 4.2.3 Ökologische Effekte des Filmtourismus
- 4.3 Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren des Filmtourismus
  - 4.3.1 Chancen des Filmtourismus
  - 4.3.2 Risiken des Filmtourismus
  - 4.3.3 Erfolgsfaktoren des Filmtourismus

### 5 Die *Off Locations* im Filmtourismus

- 5.1 Wohnorte, Wirkungsstätten und Gräber von Filmstars
- 5.2 Filmmuseen
- 5.3 Themenparks
  - 5.3.1 Filmparks
  - 5.3.2 Filmwelten in Freizeit- und Themenparks
- 5.4 Filmevents
  - 5.4.1 Filmpremieren
  - 5.4.2 Filmfestivals

### 6 Checklisten für Destination Management Organisationen

- 6.1 Marketing-Maßnahmen vor der Produktion
- 6.2 Marketing-Maßnahmen während der Dreharbeiten
- 6.3 Marketing-Maßnahmen nach dem Erscheinen des Films

#### Steinecke, Albrecht

#### Filmtourismus

Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2016 (UTB; 4617)

250 S., zahlr. Abb. u. Tab., br., € 24,99

ISBN 978-3-8252-4617-4

Bezug über den Buchhandel bzw. unter ☞ [www.uvk.de](http://www.uvk.de) und

☞ [www.utb-shop.de](http://www.utb-shop.de)