

Inhaltsverzeichnis

1.	Unternehmensengagement für Frieden in Konfliktregionen?	15
1.1	Thema und Fragestellung	16
1.2	Forschungsdesign und Methodik	18
1.3	Ziel und Gliederung der Arbeit	21
2.	Die Rolle von Unternehmen in Konfliktregionen	23
2.1	Forschungsstand und Forschungslücke	23
2.1.1	Befreiung aus dem empirischen Schattendasein	23
2.1.2	Befreiung aus dem konzeptionellen Schattendasein	26
2.1.3	Ein neuer Sektor und eine altbekannte Konfliktregion	32
2.1.4	Forschungslücke	36
2.2	Hypothesen zum Engagement der Tourismusbranche	37
3.	Unternehmensengagement für Frieden in Konfliktregionen	45
3.1	Akteursperspektive und Handlungsmotivation	45
3.2	Formen unternehmerischen Engagements	48
3.3	Unternehmensengagement für Frieden	52
4.	Unternehmensengagement erheben, vergleichen und erklären	62
4.1	Die Rolle von Fallstudien	62
4.2	Strukturierter fokussierter Vergleich, Kongruenzmethode und Prozessanalyse	65
4.3	Forschungsdesign und Fallauswahl	70
4.4	Unternehmensengagement operationalisieren und erheben	75
5.	Die Konfliktregion – Israel und die Palästinensischen Gebiete	82
5.1	Ein Konflikt um Territorium und Sicherheit	82
5.2	Versuche eine politische Ordnung zu etablieren	86
5.3	Wirtschaftlicher Niedergang und Wirtschaftswachstum	88
5.4	Sozio-kulturelle Konsequenzen	91
5.5	Resümee	93

6.	Unternehmensengagement für Frieden in Israel und den Palästinensischen Gebieten	94
6.1	Hypothesen zum Engagement der Tourismusbranche	95
6.2	TUI AG (TUI)	98
6.2.1	Unternehmensportrait der TUI AG	98
6.2.2	Wie ist das Engagement des Unternehmens strukturiert?	99
6.2.3	Engagement der TUI AG für Frieden in Israel und den Palästinensischen Gebieten	104
6.3	Touristik der REWE Group (REWE Touristik)	106
6.3.1	Unternehmensportrait der Touristik der REWE Group	106
6.3.2	Wie ist das Engagement des Unternehmens strukturiert?	108
6.3.3	Engagement der Touristik der REWE Group für Frieden in Israel und den Palästinensischen Gebieten	110
6.4	Studiosus Reisen München GmbH (Studiosus)	112
6.4.1	Unternehmensportrait der Studiosus Reisen München GmbH	112
6.4.2	Wie ist das Engagement des Unternehmens strukturiert?	113
6.4.3	Engagement der Studiosus Reisen München GmbH für Frieden in Israel und den Palästinensischen Gebieten	118
6.5	Near East Tourist Agency (NET)	121
6.5.1	Unternehmensportrait der Near East Tourist Agency	121
6.5.2	Wie ist das Engagement des Unternehmens strukturiert?	122
6.5.3	Engagement der Near East Tourist Agency für Frieden in Israel und den Palästinensischen Gebieten	123
6.6	Laila Tours & Travel (Laila Tours)	125
6.6.1	Unternehmensportrait von Laila Tours & Travel	125
6.6.2	Wie ist das Engagement des Unternehmens strukturiert?	126
6.6.3	Engagement von Laila Tours & Travel für Frieden in Israel und den Palästinensischen Gebieten	128
6.7	Alternative Tourism Group (ATG)	129
6.7.1	Unternehmensportrait der Alternative Tourism Group	129
6.7.2	Wie ist das Engagement des Unternehmens strukturiert?	130
6.7.3	Engagement der Alternative Tourism Group für Frieden in Israel und den Palästinensischen Gebieten	133
6.8	Unternehmensengagement der Tourismusbranche – empirische Befunde	134
6.8.1	Unternehmensengagement „auf den ersten Blick“	136
6.8.2	Unternehmensengagement in Israel und den Palästinensischen Gebieten	137
6.8.3	Unternehmensengagement – Ausbruch aus dem Trend?	139
7.	Dem Unternehmensengagement „der Mehrheit“ auf der Spur	141
7.1	Unternehmensengagement erklären	141

7.1.1	TUI AG und Touristik der REWE Group	141
7.1.2	Near East Tourist Agency und Laila Tours & Travel	146
7.2	Staatliche Anreizstrukturen, Marktflexibilität und Branchendiskurs	149
8.	Was ermöglicht den Ausbruch aus dem Trend?	153
8.1	Unternehmensengagement erklären	153
8.1.1	Studiosus Reisen München GmbH: 1954-2009	153
8.1.2	Alternative Tourism Group: 1995-2009	158
8.2	Reisekonzept, Leadership und Unternehmensstruktur	162
9.	Tourismus in Konfliktregionen – empirische Befunde und theoretische Debatte	166
9.1	Empirische Befunde: Erklärungsfaktoren im Fallvergleich	166
9.1.1	Staatliche Anreizstrukturen, Marktflexibilität und Branchendiskurs	167
9.1.2	Reisekonzept, Leadership und Unternehmensstruktur	169
9.2	Theoretische Debatte: Strukturfaktoren und Unternehmensengagement	172
9.2.1	Staatliche Anreizstrukturen	172
9.2.2	Marktflexibilität und Branchendiskurs	176
9.2.3	Restimee	178
9.3	Theoretische Debatte: Akteursfaktoren und Unternehmensengagement	179
9.3.1	Reisekonzept	179
9.3.2	Leadership und Unternehmensstruktur	180
9.3.3	Restimee	182
9.4	Unternehmensengagement erklären	183
10.	Forschungsergebnisse und Forschungsdesiderata	186
10.1	Die Rolle von Unternehmen in Konfliktregionen	186
10.2	Wie lässt sich Unternehmensengagement erklären?	187
10.3	Das Engagement der Tourismusbranche für Frieden in Konfliktregionen	187
10.4	Governance Forschung und Friedens- und Konfliktforschung	188
10.5	Forschungsdesiderata	190
	Literatur- und Quellenverzeichnis	193