



Schreiben im Fachbereich Tourismus

LEITFÄDEN ZUR FACHSPEZIFISCHEN ABFASSUNG VON TEXTEN

1 Was ist Tourismus?

Die Weltorganisation für Tourismus definiert Tourismus als ein soziales, kulturelles und wirtschaftliches Phänomen, das darin besteht, dass Menschen sich für Zeiträume bis zu einem Jahr aus beruflichen oder privaten Gründen an Orte begeben, an denen sie normalerweise nicht wohnen.

Der Tourismus beeinflusst sowohl die Wirtschaft, die Natur, Städte, Orte und die Bevölkerung in den bereisten Ländern, als auch die Reisenden selbst. Es muss deshalb eine globale Perspektive für die Entwicklung und die Organisation von touristischen Strukturen entwickelt werden, damit die Organisation von touristischen Dienstleistungen und Gütern unter Berücksichtigung aller beteiligten Agenten optimal durchgeführt werden kann.

Diese Perspektive ist unerlässlich, sowohl für die Ausarbeitung und Umsetzung von lokaler und nationaler Tourismuspolitik, als auch für den Abschluss von internationalen Abkommen im Bereich Tourismus.

Der Tourismus als fächerübergreifende Disziplin umfasst unter anderem die Bereiche Wirtschaft (die wirtschaftliche Aktivität in den besuchten Ländern steigt, Arbeitsplätze werden geschaffen), Soziales (positive/ negative Faktoren für die lokale Bevölkerung) und Geografie (Reiserouten, meist besuchte Orte).

Durch das multidisziplinäre Profil des Studiengangs ergeben sich Arbeitsmöglichkeiten für Tourismusstudenten in sehr vielfältigen und breitgestreuten Bereichen wie zum Beispiel der Wirtschaft, der Kultur, der Soziologie, Anthropologie oder der Technologie.

“ **Der Tourismus als fächerübergreifende Disziplin umfasst unter anderem die Bereiche Wirtschaft, Soziales und Geografie.** ”

2 Allgemeine Merkmale für das Schreiben von Texten im Fachbereich Tourismus

Es wird empfohlen, einen neutralen, informativen Ton zu verwenden, obwohl die geforderte Neutralität in den sozialen Medien oft durch einen direkteren und informelleren Sprachgebrauch verwischt wird. Der Stil sollte einfach und direkt sein, um Missverständnisse zu vermeiden, die durch einen mehrdeutigen Sprachgebrauch und einen komplizierten Satzbau entstehen könnten.

Das sprachliche Register hängt davon ab, an wen sich der Text richtet als auch von der gewählten Ausdrucksform (schriftlich oder mündlich). Bei mündlichen Texten kann sich der Ton mehr der Umgangssprache annähern, obwohl man auch hier die sprachlichen Ausdrucksformen an die Situation anpassen muss. (Es ist nicht das Gleiche, ob man mündlich eine Arbeit im Rahmen des Studiums präsentiert, oder ob man mit Kunden in einer Touristeninformation spricht.) Beim schriftlichen Ausdruck empfiehlt es sich, einen formellen Sprachgebrauch einzuhalten. Auf keinen Fall sollte man jedoch verschiedene Sprachstile mischen.

Die zukünftigen Tourismusfachkräfte sollten im Laufe des Studiums ihre sprachliche Ausdrucksfähigkeit weiter ausbilden, um jederzeit in der Lage zu sein, sich korrekt zu verständigen und flexibel auf Situationen zu reagieren. Sie sollten sich zum Beispiel in folgenden Situationen sprachlich angemessen ausdrücken können:

- Tourismusstudenten müssen sich klar darüber sein, welches sprachliche Register in einer bestimmten Situation angebracht ist. In schriftlichen Texten im Tourismusbereich (Werbetexte oder andere Textsorten) müssen sie die verschiedenen linguistischen Register von der Fachsprache bis zur Allgemeinsprache beherrschen, um sich klar und deutlich auszudrücken.
- Sie sollten in der Lage sein, in ihren Texten ihre Botschaften klar zu vermitteln, und immer situationsangepasst und respektvoll zu reagieren. Die Privatsphäre der Kommunikationspartner muss dabei immer gewahrt bleiben. Keinesfalls dürfen persönliche Vorurteile gegenüber bestimmten Gruppen in den Texten durchscheinen.
- Die Studenten sollten sich auch im virtuellen Raum schriftlich souverän bewegen können. Um kompetitiv zu sein, sollte ihnen die für den Tourismus relevanten digitalen Werkzeuge, Methoden und Inhalte geläufig sein: Elektronischer Tourismus (Tourismus und Internet), m-tourism (Mobiler Tourismus mit Smartphones und Tablets) und Tourismus 2.0 (die sozialen Netzwerke für den Tourismus).
- Die Studenten müssen verschiedene Textsorten (argumentative, informative, beschreibende...) beherrschen, um mit den Kunden erfolgreich kommunizieren zu können. Auch das kreative Schreiben hat für die Erreichung dieser Ziele seinen Platz im Studium.

“ **Die zukünftigen Tourismusfachkräfte sollten im Laufe des Studiums ihre sprachliche Ausdrucksfähigkeit weiter ausbilden, um jederzeit in der Lage zu sein, sich korrekt zu verständigen und flexibel auf Situationen zu reagieren.** ”

Im Rahmen ihrer akademischen Ausbildung an der Universität lernen die Tourismusstudenten sich schriftlich in verschiedenen Situationen mit unterschiedlichen Zielen jederzeit angemessen verständigen zu können.

Tourismusstudentenerarbeiten in ihrem Studium viele Projekte zur Tourismusentwicklung und verwenden dabei beschreibende, argumentierende und analytische Texte. Dafür ist die Schulung einer kritischen Haltung und analytischer Fähigkeiten unbedingt erforderlich. Sie müssen die Informationen verstehen und analysieren können, um sie dann auf verständliche Weise in ihr eigenes Denkgebäude zu integrieren, natürlich immer im Rahmen der Konventionen für wissenschaftliche Arbeiten und unter Angabe der Quellen. Die Argumente sollten solide und überzeugend sein.

3 Im Tourismus gebräuchliche Texte

Wissenschaftliche Artikel haben normalerweise eine ziemlich festgelegte Struktur, allerdings können bestimmte Publikationsorte auch die Anwendung spezifischer Normen erfordern, die es dann zu beachten gilt. Die Texte müssen einen rigourösen Beitrag zur akademischen Debatte leisten.

Ein wissenschaftlicher Artikel muss der akademischen Gemeinschaft zeigen, dass die darin enthaltene originäre Grundthese auf bestehenden Arbeiten aufbaut, dass die verwendete Methode zur Datenbeschaffung angemessen war, dass die Analysen vollständig durchgeführt wurden und dass die Resultate aussagekräftig und relevant sind. Die Texte müssen die Leserschaft durch die Qualität der angebotenen Information überzeugen. Diese muss so präsentiert werden, dass die Leser sie selbst bewerten können. Dafür und für eine höhere Glaubwürdigkeit sind folgende Voraussetzungen unverzichtbar:

- Die Quellen angeben, die die präsentierte Information enthalten.
- Die Methode erklären, mit der die verwendeten Daten erhoben wurden.
- Die theoretischen Konstrukte auf objektive Daten stützen.
- Konkurrierende Hypothesen präsentieren und analysieren.
- Ein klarer und verständlicher Sprachgebrauch.

Die Struktur von wissenschaftlichen Texten besteht aus folgenden Elementen:

- Die Überschrift muss klar und kurz die wesentliche Information enthalten. Abkürzungen sind nicht erlaubt.
- Die Namen der Verfasser und ihre Zugehörigkeit. Sie werden nach Erscheinen ihrer Beiträge geordnet, Titel und Ämter werden nicht erwähnt.
- Die Zusammenfassung ist ein kurzer Text, der die Einleitung, die relevantesten Ziele, Methoden, Resultate, Diskussionen, Schlussfolgerungen und Empfehlungen enthält. Sie soll den Lesern helfen, schnell die wesentlichen

Inhalte zu erkennen und ihre Relevanz zu beurteilen.

- Die Schlüsselwörter, die den Inhalt des Textes beschreiben. Sie kommen aus einem genau kontrollierten Synonymwortschatz.
- Der eigentliche Text besteht dann aus einer Einleitung, den Vorarbeiten, dem theoretischen Rahmen, der Methodologie, der Analyse und Diskussion der Resultate sowie den Schlussfolgerungen.
- Die Bibliografie der Werke, die im Text verwendet und zitiert wurden.
- Eventuell Anhänge mit Dokumenten, um die Resultate zu vervollständigen oder um Daten zu belegen.

Wissenschaftliche Berichte werden im Hinblick auf den Adressaten und seine Anforderungen verfasst. Wie in allen wissenschaftlichen Arbeiten ist auch hier die Verwendung einer klaren, präzisen Sprache angeraten, da das oberste Ziel des Textes darin besteht, dem Adressaten Informationen zu übermitteln. Dazu sollte auch die Form des Dokuments attraktiv gehalten werden, zum Beispiel durch Grafiken oder die Verwendung verschiedener Schrifttypen, um mehr Aufmerksamkeit zu generieren etc.

Wissenschaftliche Berichte haben immer objektiv zu sein. Die verwendeten Quellen müssen gut dokumentiert werden und man muss sich bemühen, eine analytische und kritische Haltung zu dem untersuchten Gegenstand oder Phänomen einzunehmen. Falls der Bericht eine Bewertung beinhalten soll, darf die Stimme des Verfassers - ohne zu übertreiben - mehr in den Vordergrund treten. (In diesem Fall präsentiert und analysiert der Bericht nicht nur Informationen, sondern er bewertet sie auch.)

Die Besprechung ist ein Text, der über Bücher, Artikel, Arbeiten oder andere Arten von künstlerischen Kreationen (Forschungen, Kino, Theater, etc..) informiert und eine kritische Bewertung formuliert. Im akademischen Bereich verfolgt man mit einer Besprechung vor allem drei grundlegende Ziele: den Text zu verstehen, ihn gründlich zu analysieren und ihn in Bezug auf die Produktion einer ausführlichen Bibliografie zu bewerten. Die Besprechung ist ein Instrument der Kommunikation zwischen zwei oder mehr Personen und muss innerhalb eines Kontexts betrachtet werden.

Die Besprechung weist zwei Hauptteile auf: die formelle Beschreibung des besprochenen Werks (Autor, Titel, Untertitel, Erscheinungsort, Verlag, Sammlung, Nummer in der Sammlung, Erscheinungsjahr und Anzahl der Seiten) und den eigentlichen Hauptteil, in dem das Werk und der Autor in einen Kontext gestellt werden, man eine kurze Zusammenfassung des besprochenen Werks gibt und eine persönliche Bewertung mit gut fundierten Argumenten anfügt.

Am Ende des Tourismusstudiums müssen die Studenten eine wissenschaftliche Arbeit präsentieren, um den Studienabschluss zu bekommen. Beim Verfassen dieser Arbeit sollte man folgendes beachten:

- Eine gute Einleitung, die das Interesse der Leser weckt. Hier wird das Thema vorgestellt, die Methode erklärt, die wichtigsten Problemstellungen der Untersuchung angeführt und die Gliederung erläutert.

“ Außer den erwähnten Texten müssen die Studenten auch andere, nicht akademische Textsorten beherrschen. Rechnungen, Kostenvoranschläge, Jahresberichte, Berichte, Geschäftsbriefe und Reklamationen, Anmelde- und Bestellformulare, Menüs, Rezepte etc. ”

- Anhand einer Forschungsfrage und einiger Arbeitshypothesen werden die Ziele auf zwei Ebenen festgelegt: allgemeine Ziele, die einen bestimmten Abstraktionsgrad erlauben, und spezifische Ziele, die sich dann in den konkreten Themen der Untersuchung zeigen. Man sollte überprüfen, ob alle gestellten Ziele in der Arbeit auch umgesetzt wurden, da dies ein Kriterium bei der Bewertung der Arbeit ist.
- Die Aufarbeitung der vorhandenen wissenschaftlichen Literatur zu dem gewählten Thema, um den theoretischen Rahmen für die eigene Untersuchung zu erarbeiten.
- Die angewendete Methodologie erklären, die Methoden der Datenbeschaffung und eine Aufzählung der verwendeten technischen Hilfsmittel und Software. Sollte die Untersuchung keine empirische Analyse sein, sondern eine praktische Anwendung, so ist die Methodenfrage weniger relevant.
- Vorstellung der wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung.
- Präsentation der wichtigsten Schlussfolgerungen mit Betonung der relevantesten Elemente. Die Behandlung von schwierigen Punkten oder Hindernissen bei der Durchführung der Forschungsarbeit hilft zukünftigen Forschungsprojekten.
- Bibliografie mit den verwendeten Referenzen.
- Das Thema, der räumliche und zeitliche Rahmen, als auch der Aufbau der Untersuchung sollten klar und deutlich definiert werden.

Wissenschaftliche Arbeiten sind in der Regel argumentierende, analytische Texte für ein Fachpublikum. Die verwendete Sprache mit dem angemessenen Fachvokabular ist konkret und präzise. Die eigene Meinung des Verfassers kommt darin nicht zum Vorschein und deshalb müssen die Studenten die sprachlichen Ausdrucksformen kennen, welche die geforderte Objektivität unterstreichen, wie zum Beispiel die Verwendung der dritten Person Singular (Diese Arbeit präsentiert neue Daten über touristische Reiseströme in Frankreich am Ende des letzten Jahrhunderts.), oder das Passiv (In dieser Arbeit wurden zwei allgemeine Ziele formuliert.).

Außer den erwähnten Texten müssen die Studenten auch andere, nicht akademische Textsorten beherrschen. Nach Beendigung ihres Studiums müssen sie fähig sein,

in ihrem beruflichen Umfeld an der internen und externen Firmenkommunikation teilzunehmen. Mittels E-Mails, Kurzmitteilungen und auch in den sozialen Medien werden sie auf Kundenanfragen eingehen und Informationen weitergeben, Reservierungen annehmen, abändern und bestätigen, Veranstaltungen mit anderen Fachleuten organisieren etc. Außerdem wird auch die Kenntnis weiterer Textsorten verlangt: Rechnungen, Kostenvoranschläge, Jahresberichte, Berichte, Geschäftsbriefe und Reklamationen, Anmelde- und Bestellformulare, Menüs, Rezepte etc.

Im Berufsleben als Tourismusfachkräfte müssen die Studenten auch in der Lage sein, Texte für ein breites Publikum zu verfassen, wie Kataloge, Broschüren, Anzeigen, Werbeposter, Programme, Reiseführer und allgemeine Artikel.

Im Laufe des Studiums müssen die Studenten den spezifischen Stil der Werbetexte der Tourismusbranche kennenlernen. Um das gewünschte Kommunikationsziel (informieren, überzeugen,..) zu erreichen, müssen die Studenten mit den nötigen Stilmitteln vertraut sein: Adjektive, Nomen, Nominalisierungen, Komperativ und Superlativ etc.

4 Textmerkmale im Fachbereich Tourismus

Wörtliche Zitate und bibliografische Zitate. Für jeden Beitrag zu einem wissenschaftlichen Text, der aus einem anderen Werk stammt, muss die Quelle angegeben werden. Im Bereich von Tourismus wird nach den Normen der American Psychological Association (APA) zitiert.

Die wörtlichen Zitate aus einem anderen Werk werden in Anführungszeichen gesetzt, in der Originalsprache, oder in die Sprache des Dokuments übersetzt. Nach jedem wörtlichen Zitat muss das bibliografische Zitat gesetzt werden (die Grunddaten der Herkunft des Zitats). Das geschieht normalerweise in Klammern mit dem System Autor-Daten. (Familiennamen des Hauptautors und dem Erscheinungsjahr, getrennt durch ein Komma und eventuell der Seitennummer, auf der das Zitat im Originaltext zu finden ist.)

Die Studien, die es zu diesem Thema gibt, zeigen, dass “la irrupció del turisme a la Costa Brava ha estat tan violenta i tan espectacular que pot arribar a emascarar els altres aspectes de l’evolució del paisatge i dels generes de vida en el transcurs dels darrers cinquanta anys” (Barbaza, 1988,12).

Alle bibliografischen Zitate müssen eine komplette **bibliografische Referenz** am Ende des Dokuments haben. Das ist die sogenannte Bibliografie, dort werden alle verwendeten Werke alphabetisch und chronologisch aufgelistet.

Barbaza, Yvette (1988). *El paisatge humà de la Costa Brava*. 2 vol. Barcelona: Edicions 62.

Blasco Peris, Albert (2006). *Tipologías turísticas: un análisis de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y en la sociedad de acogida*. Girona: Xarxa d'Escoles de Turisme.

In den bibliografischen Zitaten, bei denen der Familienname des Autors erscheint, wird nur das Jahr und die Seite durch ein Komma getrennt angeführt.

So wie auch Yvette Barbaza (1988, 12) bestätigt: “el factor que primerament fa entrar en crisi l'equilibri harmoniós de les activitats de terra i de mar, produït al final del segle XIX, és l'acceleració dels progressos de les tècniques de circulació i de transport.”

Wenn es zwischen drei und fünf Autoren gibt, so erscheinen beim ersten Mal alle Familiennamen. Ab dem zweiten Mal schreibt man nur den Namen des ersten Autors und danach *et al.* („und andere“).

Wasserstein, Zappulla, Rosen, Gerstman i Rock (1994) fanden... [beim ersten Mal]
Wasserstein *et al.* (1994) fanden...[ab dem zweiten Mal]

Wenn es mehr als sechs Autoren gibt, so erscheint sofort der Name des ersten Autors gefolgt von *et al.*

Barrett *et al.* (1998)

Falls verschiedene Studien zitiert werden, so trennt man die Zitate durch einen Strichpunkt.

Jonsson, 1994; Peterson *et al.*, 1996, 285-286

Wenn ein Autor im selben Jahr mehr als ein Werk veröffentlicht hat, so fügt man nach der Jahreszahl die Buchstaben in kursiver Schrift in alphabetischer Reihenfolge an, um Missverständnisse zu vermeiden. (Diese Buchstaben werden auch in der Schlussbiografie angeführt.)

(Blasco Peris, 2006a, 6)
(Blasco Peris, 2006b, 51)

Im Fall, dass nicht wörtlich, sondern sinngemäß zitiert wird, so wird das Zitat nicht in Anführungszeichen geschrieben, aber die bibliografische Referenz muss trotzdem angegeben werden.

[sinngemäßes Zitat des zweiten Beispiels in diesem Abschnitt]

Der Faktor, der vor allem dafür verantwortlich war, dass es am Ende des 19. Jahrhunderts zu einer Krise im harmonischen Gleichgewicht zwischen den Aktivitäten am Land und auf der See kommt, ist die Rasanzen des Fortschritts im Verkehrssystem (Barbaza, 1988).

Tabellen, Graphiken, Illustrationen und Karten. Wenn man eines dieser Elemente in den Text integrieren möchte, muss folgendes bedacht werden:

- Die Überschriften müssen deutlich sein und nicht allzu lang.
- Alle Elemente müssen nummeriert werden, damit sie eindeutig zitiert werden

können. Die fortlaufende Numerierung kann durch das ganze Dokument gehen, oder bei jedem Abschnitt neu beginnen. Jede Art von Element muss separat vom Rest numeriert werden. Diese Numerierung wird zusammen mit der Überschrift im entsprechenden Index verwendet.

- Alle Elemente, die im Dokument verwendet werden, müssen dort auch zitiert werden.
- Für jedes Element muss die entsprechende Quelle angegeben werden. Wenn der Autor/die Autorin des Textes das Element selber hergestellt hat, so muss auch das angegeben werden: Eigene Herstellung
- Sollte es nötig sein, müssen auch die Legende, der Maßstab oder die Maßeinheiten angegeben werden.

Fachvokabular. Die Studenten müssen die Fachsprache- und terminologie des Tourismus beherrschen, um adäquat kommunizieren zu können. Im Folgenden werden Beispiele für Fachterminologie aufgeführt und in der Schlussbibliografie kann man Hilfsmittel zu ihrem besseren Verständnis finden.

Ein **Besucher** ist jemand, der aus verschiedenen Gründen (beruflich, Freizeit, andere) an einen anderen Ort als seinen Heimatort reist und dort nicht länger als ein Jahr bleibt. Wenn der Besucher an seinem Reiseziel übernachtet, sprechen wir von einem Touristen, wenn nicht von einem **Tagesausflügler**.

Der normale Wohnort ist dabei der Ort, an dem die Person normalerweise wohnt und wo ihr Hauptwohnsitz ist. Ihr normaler Aufenthaltsraum ist das geografische Gebiet, wo ihr Alltag stattfindet. **Die tourismusbezogenen Ausgaben** umfassen eine breite Palette von für Reise und Aufenthalt typischen Verbrauchsgütern und Dienstleistungen.

Von **Inlandstourismus** spricht man, wenn die Reise im Land stattfindet, wo der Reisende seinen normalen Wohnort hat. Von **internationalem Tourismus**, wenn die Reise in ein anderes Land stattfindet. Und der englische Begriff „**Inbound**“ **Tourismus** bezeichnet Reisende, die aus einem anderen Land kommen. Der **Binnentourismus** umfasst den Inlandstourismus und den Inbound Tourismus.

Pax ist eine internationale Abkürzung für den Begriff „Reisender“, „Tourist“. **Check-In** - oder eingedeutscht **Einchecken** - bezeichnet alle Handlungen, die notwendig sind, damit ein Reisender ein Zimmer in einer touristischen Unterkunft beziehen kann. **Check-out** oder **Auschecken** umfasst die Aktionen für die Abreise. In einer Unterkunft gibt es Einzelzimmer (SB, single bed), Doppelzimmer (DB, double bed, wenn es zwei Einzelbetten in einem Zimmer sind, so spricht man von TWIN), ein Doppelzimmer für eine Einzelperson (DUSB, double use single bedroom), ein Dreibettzimmer, Vierbettzimmer, etc. Oder eine Suite, die aus einem Schlafzimmer und einem Wohnzimmer besteht.

Von **Overbooking** spricht man, wenn ein Tourismusunternehmen mehr Reservierungen annimmt, als tatsächlich Plätze zu Verfügung stehen, um bei der Auslastung eventuelle Ausfälle durch Stornierungen zu vermeiden.

IATA Codes. Die IATA, die internationale Organisation des Flugverkehrs hat u.a. weltweit gebräuchliche Abkürzungen für Flughäfen, Währungen oder Sprachen eingeführt. Hier einige Beispiele:

- Flughafen: MAD (Internationaler Flughafen Madrid Barajas), PEK (Flughafen von Peking)
- Länder: FRA (Frankreich), die Vereinigten Staaten von Amerika (USA)
- Währungen: CNY (Yuan), USD (US-Dollar)

Im anschließenden Abschnitt werden links mit den vollständigen Listen angeführt.

5 Bücher und Websites

1. Weltorganisation für Tourismus

<https://www.coe.int/de/web/cultural-routes/world-tourism-organization>

Die Weltorganisation für Tourismus, englisch World Tourism Organization (amtliche Abkürzung UNWTO) ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Sie verfolgt das Ziel der Entwicklung eines verantwortlichen, nachhaltigen und universell zugänglichen Tourismus, um zu wirtschaftlicher Entwicklung, internationaler Verständigung, Frieden, Wohlstand und der Einhaltung der Menschenrechte beizutragen.

2. Gesellschaft für deutsche Sprache

<https://gfds.de/>

Die Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) ist ein hauptsächlich vom deutschen Kultusministerium finanzierter Verein, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, die deutsche Sprache zu pflegen und zu erforschen sowie die Funktion der deutschen Sprache im globalen Zusammenhang erkennbar zu machen. Ein Arbeitsschwerpunkt des GfdS ist die Sprachberatung (Grammatik, Orthografie, Ausdruck, Stil).

3. Wörterbuch Touristik

<https://www.dict.cc/deutsch-englisch/Tourismus.html>

Zweisprachiges Wörterbuch (deutsch/englisch) für verschiedene Fachgebiete unter anderem auch für die Touristik.

4. Lexikon der Tourismusfachbegriffe

<https://www.hotelier.de/tourismus/reise-und-urlaub/42335-tourismus-fachbegriffe-und-reiselexikon>

Deutsches Online Lexikon als Ratgeber und Hotel-Lexikon mit wissenschaftlichen Definitionen. Es werden ebenso Sachgebiete der Technik, Informatik, Industrie und Hygiene im Rahmen eines Tourismus- und Gastronomie-Lexikon erörtert.

Weiterhin Thematiken der Wortherkunft, Soziologie und des Managements soweit sie für die Hotellerie, Gastronomie und den Tourismus von Belang sind. Ein medizinisches und psychologisches Online Lexikon steht nur für Begriffe des Gesundheitstourismus bereit.

5. Onlineweg, Glossar

<https://www.onlineweg.de/glossar>

Auf der Website der Onlinewerbeagentur Onlineweg findet man ein umfangreiches Glossar der Tourismusterminologie.

6. Online Glossar .

<https://www.travelscout24.de/glossar/>

Auf der Website dieser Reiseagentur findet man Erklärungen für die wichtigsten Begriffe zum Thema Reisen.

7. Liste der Flughafencodes der International Association (IATA)

<https://www.fairliners.com/flughafencodes.html>

IATA Codes sind von der International Air Transport Association (IATA) vergebene Codes, mit denen vor allem Flughäfen und Verkehrslandeplätze, Fluggesellschaften und Flugzeugtypen markiert werden. Zur Beschreibung der Flughäfen werden die 3-stelligen IATA Codes, auch Drei-Buchstaben-Codes genannt, genutzt. In der Regel bestehen die Flughafencodes jeweils aus den Anfangsbuchstaben der jeweiligen Stadt beziehungsweise des Flughafens. Sie gehen dabei fast immer von der englischen Schreibweise aus. Diese Codes werden weltweit benutzt.

Herausgeber: Servei de Llengües (UAB), Servei de Llengües Modernes (UdG), Serveis Lingüístics (UB), Servei Lingüístic (URV) und Institut de Llengües (UdL)

Koordination: Virgínia Castillo und Enric Serra

Autorin: Laura Llahí Ribó (mit Unterstützung von Marta Juncadella)

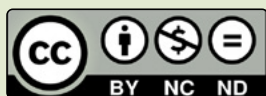
Wissenschaftlicher Beirat: Raquel Camprubí, Núria Galí und Joaquim Majó

Übersetzung: Eva Auracher

Lektorat: Horst Rosenberger

Das Projekt wurde durch das universitäre Sprachförderungsprogramm Interlingua der Generalitat de Catalunya unterstützt.

Ausgabe: März 2020



Diese Veröffentlichung steht unter der Creative Commons Lizenz 4.0 (BY-NC-ND). Sie dürfen sie unter Nennung der Originalquelle vervielfältigen und nicht-kommerziell weiterverbreiten. Originalquelle: Servei de Llengües (Universität Autònoma de Barcelona), Servei de Llengües Modernes (Universität de Girona), Serveis Lingüístics (Universität de Barcelona), Servei Lingüístic (Universität Rovira i Virgili) und Institut de Llengües (Universität de Lleida). Lassen Sie uns bitte wissen, wenn Sie diese Leitfäden nützlich finden.