

Inhaltsübersicht

<i>Destination Management/Marketing als (vorläufiger) Endpunkt der Diskussion der vergangenen Jahre im alpinen Tourismus</i> Paul Tschurtschenthaler	7
<i>Strategische Aspekte des Destinationsmanagements</i> Michele Tamma.....	37
<i>Tourismusmanagement im Spannungsfeld wirtschaftlicher Effizienz und gesellschaftlicher Legitimation</i> Siegfried Walch.....	65
<i>Neue Qualifikationsanforderungen in Destinationsorganisationen</i> Harald Pechlaner/Klaus Weiermair	79
<i>Destinationsmanagement dank Finanzierung – Finanzierung dank Destinationsmanagement</i> Thomas Bieger.....	91
<i>Risikomanagement als strategisches Problem von Tourismusdestinationen und Destinationsmanagement</i> Walter Schertler.....	119
<i>Kompetenzorientierte Entwicklung von Kundenakquisitionsstrategien für touristische Destinationen</i> Kurt Matzler/Harald Pechlaner.....	137
<i>Marketing für Kultur-Destinationen</i> Günther Haedrich.....	159
<i>Customer Value Management für touristische Destinationen</i> Kurt Matzler/Harald Pechlaner.....	179
<i>Nationale Tourismusorganisationen im Wandel</i> Peter Keller.....	209
<i>Verbundsysteme von Tourismusorganisationen und Destinationen – Hypothesen für einen konzeptionellen Ansatz</i> Hans H. Hinterhuber/Harald Pechlaner	227

<i>Grenzüberschreitende Kooperation von Destinationen im Alpenraum</i> <i>Daniel Fischer/Josef G. Margreiter</i>	243
<i>Der Aufstieg der österreichischen Kurorte im 19. Jahrhundert: ein Interpretationsmodell</i> <i>Andrea Leonardi</i>	261
<i>Verzeichnis der Autoren</i>	287