

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I: Grundlagen

*Klaus Weiermair*

Von der Dienstleistung zum Erlebnis ..... 13

*Alexandra Brunner-Sperdin*

Das Phänomen des „Flow“-Erlebens, Emotionen  
und Kundenzufriedenheit ..... 23

*Felizitas Romeiß-Stracke*

Ist optimale Inszenierung möglich? ..... 35

## Teil II: Produktion und Vermarktung erlebnisorientierter Tourismusprodukte

*Kurt Grötsch*

Aha – Ein Erlebnis! Über Erlebnisinszenierung und  
Emotionmanagement..... 49

*Birgit Pikkemaat and Mike Peters*

Market Information. A Key Success Factor in the  
New Product Development Process in Tourism?..... 81

*Maria Schneider*

Erlebnisarchitektur im Tourismus ..... 97

*Bibiana Walder und Alexandra Brunner-Sperdin*

Die Einbindung der Kunden bei der Entwicklung touristischer  
Erlebnisprodukte ..... 107

*Luiz Moutinho and Geoff Southern*

Marketing and Process-Based Management in Tourism ..... 119

### **Teil III: Anwendungsbeispiele**

|  |     |
|--|-----|
| <i>Simon Hudson</i><br>Creating Memorable Alpine Winter Experiences .....  | 137 |
| <i>Markus Schuckert und Sabine Müller</i><br>Erlebnisorientierung im touristischen Transport<br>am Beispiel des Personenluftverkehrs .....       | 153 |
| <i>Chris Ryan and Birgit Trauer</i><br>The Engineering of Adventure Tourism Experiences .....  | 167 |
| <i>Claudia Krösbacher and Joseph Ruddy</i><br>Authenticity and the Use of Multimedia in Cultural Tourist<br>Attractions – A Contradiction? ..... | 195 |
| <i>Christopher Kronenberg</i><br>Inszenierungen im alpinen Tourismus .....   | 211 |
| <i>Christine Mathies</i><br>Travel and Leisure – A Fair Experience?.....   | 221 |
| <i>Neil Carr</i><br>Creating Tourism Experiences for the 12-16 Years Old .....   | 229 |