

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
<i>Birgit Pikkemaat, Klaus Weiermair</i>	
Einleitung – Zur Bedeutung der Qualität im Tourismus	1
Teil I: Grundlagen	
<i>Manfred Bruhn, Karsten Hadwich</i>	
Qualitätswahrnehmung und Qualitätszeichen bei touristischen Dienstleistungen	5
<i>Karlheinz Wöhler</i>	
Qualitätszeichen und Reiseentscheidungen	21
<i>Marc-Oliver Kaiser</i>	
Kundenzufriedenheit und Qualitätswahrnehmung	39
<i>Walter Freyer, Axel Dreyer</i>	
Qualitätszeichen im Tourismus – Begriffe und Typen	63
Teil II: Qualitätswahrnehmung und Konsumenten	
<i>Birgit Pikkemaat</i>	
Einflussfaktoren der Qualitätswahrnehmung	95
<i>Matthias Fuchs</i>	
Kulturelle Einflüsse bei der Qualitätswahrnehmung	113
<i>Knut Scherhag, Martin L. Fontanari</i>	
Wahrnehmung von touristischen Räumen	137
<i>Alexandra Brunner-Sperdin</i>	
Qualität als Erlebnis.....	153

<i>Klaus Weiermair</i>	
Design und Qualität im Tourismus	171
Teil III: Qualitätszeichen und Unternehmertum	
<i>Mike Peters, Harald Pechlaner</i>	
Die Entwicklung von Qualitätszeichen als unternehmerische Aufgabe	183
<i>Margit Raich, Dagmar Abfalter</i>	
Der Einsatz von Qualitätszeichen als kommunikationspolitische Maßnahme	199
<i>Günther Haedrich</i>	
Positionierung als Kernaufgabe der strategischen Markenführung.....	217
<i>Jörg Frehse</i>	
Markenpolitik in der internationalen Hotelindustrie	229
<i>Reinhard Bachleitner</i>	
Qualitätsmessung in der Hotellerie: Anspruch und Wirklichkeit	247
<i>Holger Faby, Martin L. Fontanari</i>	
Touristische Internet-Applikationen und Qualitätszeichen	261
Teil IV: Erfahrungsberichte	
<i>Wolfgang Schneeweiss, Manfred Kohl</i>	
Nutzen von Qualitätsmanagementsystemen im Tourismus	281
<i>Hansruedi Müller</i>	
Qualitätszeichen im Tourismus: Das Beispiel der Schweiz	297
<i>Bernhard Jochum</i>	
Zertifizierung von Angebotsgruppen dargestellt am Beispiel „Alpine Wellness“	313
Autorenverzeichnis	327
Stichwortverzeichnis	333