

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort der Herausgeber .....</b>	<b>5</b>
--------------------------------------	----------

## **Teil I: Trends und Entwicklungen in Tourismus und Freizeit**

<i>Philipp Boksberger, Roland Anderegg, Romano Wyss und Monika Heeb</i> Tourismus Trendscreening – Ein Printmedien basierter Ansatz.....	13
<i>Mike Peters, Sabine Müller</i> Zur Motivation von Extremsportlern: Eine empirische Analyse .....	29
<i>Ralf Roth, Jannes Bayer</i> Mut zur nachhaltigen Entwicklung – Olympia 2018 in Sicht.....	43

## **Teil II: Einfluss von Web 2.0 auf Konsumentenverhaltung und Marketing**

<i>Andreas Kagermeier</i> Social Web & Tourismus – Implikationen des internetgestützten Empfehlungsmarketings für die nachfrageseitige touristische Praxis .....	59
<i>Rainer Hartmann, Michael Herwig</i> „The best Job in the World“ vs. „Die Botschafter der Ostfriesischen Inseln“ – Social Media als neues Marketingtool im Tourismus.....	79
<i>Florian Aubke, Dagmar Lund-Durlacher</i> Corporate Social Responsibility in Zeiten von Web 2.0 – Nutzen für touristische Anbieter .....	93
<i>Barbara Riegler, Brigitte Stangl</i> Monitoring Web 2.0 – User Generated Content in der Hotellerie im deutschsprachigen Raum.....	105

**Teil III: Konvergenz von Kommunikation, Marketing und Branding**

*Andrea Lang, Alexander Schröder, Alexander Schuler*  
Alternative Kommunikationsformen – Chancen und Risiken für die  
Anwendung im Tourismus ..... 121

*Christian Filk, Clarissa Schatzmann, Yvonne Herzig Gainsford*  
„Literary Imagination goes Tourism“ – Destination Branding und fiktive  
Narrative am Beispiel von „Heidi“ und „Heidiland“ ..... 139

*Franziska Nyffenegger, Dagmar Steffen, Barbara Taufer und  
Christoph Wydler*  
Souvenirs: Destinationsmarketing & Design. Ein Beitrag aus der  
angewandten Forschung ..... 153

**Teil IV: Veränderungen und Herausforderungen für Destinationen**

*Markus Schukert, Tobias Luthé, Romano Wyss und Rahel Gasser*  
Das Emmental: Relevanz und Implikationen aus Netzwerkstrukturen bei der  
Entwicklung touristischer Destinationen ..... 169

*Harald Pechlaner, Christopher Reuter*  
Der Change-Korridor in der Stagnationsphase von Destinationen am Beispiel  
der nordindischen Destination Mussoorie ..... 179

*Tatjana Thimm*  
Coopetition als Managementgrundlage der internationalen Destination  
Bodensee ..... 195

*Daniel Romer, Philipp Boksberger*  
„Case study“: Partizipative Entwicklung eines destinationsübergreifenden  
Qualitätsmanagementkonzepts ..... 213

**Teil V: Adaption der Gesellschaftsmodelle im Luftverkehr**

*Roland Conrady, Frank Fichert, Richard Klophaus*  
Low-cost carriers in Europe: Myth and reality ..... 229

*Alexander Schröder, Walter Freyer*  
Bedeutung von Zusatzeinnahmen bei Airlines – eine geschäftsmodellbasierte  
Betrachtung ..... 245

*Kathleen Lumma, Katharina Kröger, Sven Groß*  
CSR im Airline-Management – Eine Benchmark-Studie deutscher  
Fluggesellschaften ..... 259

**Teil VI: Transformation von Trends in marktfähige Innovationen***Marut Doctor, Marc Schnyder, Nathalie Stumm*Potenziale von Open Innovation-Modellen in der Tourismusbranche –  
Drei Fallbeispiele ..... 281*Alexander Keßler, Michael Mair, Petra Öhlböck und Katharina Stummer*Organisationale Innovativität und deren Resultate am Beispiel der Wiener  
Hotellerie ..... 299**Autorenverzeichnis..... 315**