

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort des DGT-Präsidenten	5
Vorwort der Herausgeber	7

Abschnitt 1: Wandel der Nachfrage

Martin Lohmann

Machen Urlaubsreisen glücklich?	15
---------------------------------------	----

Julian Reif

Die Nutzung von Mobilfunkdaten in der Tourismusforschung – Das Beispiel Tagestourismus in Hamburg.....	31
---	----

Janice Kurth, Gabriel Gach und Marius Mayer

Ländergrenzen als Barrieren für das Freizeitverhalten? – Ein Vergleich des polnisch-deutschen und des niederländisch-deutschen Grenzraums.....	51
---	----

Anna Klein, Annegret Wittmann-Wurzer und Nicola Zech

Kulturtourismus im Kontext internationaler Reiseströme – Eine empirische Untersuchung von Quellmärkten und deren Auswirkungen auf das Reiseverhalten am Beispiel von Münchner Kultureinrichtungen	73
---	----

Diana Müller

Das Erleben von Besuchern in historischen Gärten und Parks am Beispiel Sanssouci-Potsdam – Erste Ergebnisse	95
--	----

Marcus Herntrei, Kai Pagenkopf und Tobias Wiesen

Evaluierung von ausgewählten Bestandteilen des barrierefreien Naturerlebens in der Nationalparkregion Eifel.....	111
---	-----

Ulrike Fergen und Pia Winkler

Migration und Tourismus – Vorstellung von zwei EU-Projekten zur Integration von Flüchtlingen in den touristischen Arbeitsmarkt.....	121
--	-----

Abschnitt 2: Wandel des Angebots

Nicolai Scherle und Markus Pillmayer

Culture of Failure oder schnödes Scheitern? Konzeptionelle Zugänge und empirische Befunde zum Scheitern in internationalen touristischen Unternehmenskooperationen..... 133

Alicia Storch und Markus Pillmayer

The next step in innovation? Das Potenzial von Open Innovation im internationalen Wettbewerb der Destinationen 151

Michael-Thaddäus Schreiber

Chancen und Erfolgsfaktoren von Flächendestinationen im MICE-Segment: Meetings, Incentives, Conventions, Events in der Bodenseeregion..... 163

Armin Müller

Standortwachstum und Tourismusunternehmen im urbanen Raum am Fallbeispiel der Stadt Konstanz..... 173

Abschnitt 3: Wandel des Marketings

Birgit Bosio, Stefanie Haselwanter und Michael Ceipek

Social Media-Nutzung in Tiroler Destinationen 187

Ina zur Oven-Krockhaus, Linda Schnorbus und Felix Wölfle

Digitalisierung im Tourismus: Influencer als Kommunikationsinstrument für Reiseveranstalter 209

Felix Bernhard Herle und Christian Hausy

Erfolgsfaktoren für interdisziplinäre und innovative Destination Governance – Best Practice Beispiel: Marketingrunde *Wir für Lübbenau* 231

Abschnitt 4: Wandel der Themen

Rainer Hartmann

Potenziale der Architektur der Klassischen Moderne als Attraktivitätsfaktor
im Städtetourismus 245

Jens Rüdiger und Jon Hanf

Weintourismus als zukünftige Vermarktungsstrategie bei
Winzergenossenschaften 265

Manuel Sand

Die Rolle des Abenteuerismus in der sich wandelnden
Welt des Tourismus 275

Knut Scherhag

Gebietsvinotheken als Partner im Destinationsmanagement 283

Abschnitt 5: Wandel der Ausbildung

Armin Brysch und Julia Eva Peters

Karrierefähigkeit im Tourismus – Werkstattbericht zu Erhebungen der Effekte
des Tourismusstudiums 301

Dirk Reiser und Nicolai Scherle

Im Spannungsfeld von Internationalisierung und Learning by Doing:
Exkursionen und interkulturelle Kompetenz in tourismusspezifischen
Studiengängen 311