

Strategische Produktentwicklung im Standortmanagement

Wettbewerbsvorteile für den Tourismus

Herausgegeben von

Prof. Dr. Harald Pechlaner
Dr. Elisabeth Fischer

Mit Beiträgen von

Richard Adam, Benedict C. Döpfer,
Dr. Elisabeth Fischer, Dr. Eva-Maria Hammann,
Dr. Günther Hribek, Werner Klein,
Gernot Memmer, Brigitte Nömmmer,
Matthias Pacher, Prof. Dr. Harald Pechlaner,
Prof. Dr. Mike Peters, Dr. Frank Schaal,
Silvia Schön, Dr. Martin Spantig,
Dr. Bibiane Walder, Dr. Werner Widuckel

ERICH SCHMIDT VERLAG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber 5

Harald Pechlaner, Elisabeth Fischer, Eva-Maria Hammann
 Innovationen in Standorten – Perspektiven für den Tourismus 9

Mike Peters
 Strategische Produktentwicklung und Unternehmertum 31

Bibiana Walder
 Wenn der Wind des Wandels weht: Die Entwicklung von Kernprodukten und Themen in Industrien 47

Werner Widuckel, Werner Klein
 Premium und Provinz – Rahmenbedingungen für die Standortentwicklung der Region Ingolstadt 61

Richard Adam, Martin Spantig
 Bayern – ein Lebensgefühl als Marke oder warum es heute nicht mehr reicht, nur schön zu sein 81

Silvia Schön, Frank Schaal
 Produkt- und Regionalentwicklung – das Beispiel Bitburg 99

Günther Hribek, Brigitte Nömmner
 Wie entwickelt man Kernprodukte und Themen in Regionen und Destinationen? Marktforschung als Grundlage der Produktentwicklung 113

Gernot Memmer
 Wie lassen sich Attraktionspunkte in Regionen und Destinationen entwickeln? Erfahrungsbericht aus der Praxis 129

Matthias W. Pacher
 Entwicklung von Attraktionspunkten und Angeboten. Die Entstehung des Archäologischen Parks Carnuntum 143

Harald Pechlaner, Benedict C. Döpfer

Strategische Produktentwicklung im Tourismus – durch systematisches
Management zur Produktinnovation 153

Autorenverzeichnis..... 177