

Entrepreneurship und Tourismus

Unternehmerisches Denken und
Erfolgskonzepte aus der Praxis

herausgegeben von

FH-Prof. Mag. Hubert J. Silier

Leiter Department und Studiengänge Tourismus
am Management Center Innsbruck (MCI)

FH-Prof. Dr. habil. Anita Zehrer

Professorin sowie stv. Kollegiumsleiterin
am Management Center Innsbruck (MCI)

2. Auflage

Linde
international

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Vorwort der Herausgeber	VII
Autoreninformation	IX
Teil 1: Unternehmertum und Führungskompetenzen	1
<i>Martin Schumacher</i>	
Proaktives Finanzmanagement in Unternehmenskrisen im Lichte des neuen Insolvenzrechts	7
<i>Hans H. Hinterhuber</i>	
Exzellente Führung ist unternehmerische Führung	19
<i>Anita Zehrer/Birgit Muskat</i>	
Der Treiber Innovation in touristischen Unternehmen	29
<i>Elisa Innerhofer/Astrid Früh/Harald Pechlaner</i>	
Erfolgsfaktoren innovativer Hotelkonzepte – Die Bedeutung von Unternehmertum und Führungskompetenz	47
<i>Gespräch mit Eugen Scalet</i>	
Fallbeispiel MooserWirt	63
Teil 2: Management familiengeführter Unternehmen	75
<i>Bernhard Baumgartner</i>	
Erfolgreiche Zukunftsgestaltung in Familienunternehmen	81
<i>Anita Zehrer</i>	
Die Betriebsübergabe familiengeführter Unternehmen unter spezieller Berücksichtigung der Führungskompetenzen	99
<i>Christian Fritz/Franz Pegger</i>	
Unternehmensnachfolge im Tourismus – Quo vadis? Erfahrungen und Empfehlungen aus der Beratungspraxis	109
<i>Barbara Theiner/Matthias Muskat</i>	
Tourismusmarketing im Wandel – Herausforderungen für Familienunternehmen	129
<i>Anna-Maria Pircher-Friedrich/Rolf-Klaus Friedrich</i>	
Sinnorientierung und Gesunderhaltung – Die Erfolgsfaktoren für eine zukunftsweisende, nachhaltige Tourismusentwicklung	139
<i>Gespräch mit Dr. Anna-Maria Fäßler</i>	
Fallbeispiel Sonnenalp Resort	153
Siller/Zehrer (Hrsg), Entrepreneurship und Tourismus?	XV

Teil 3: International Tourism Markets	165
<i>Marion Joppe</i>	
International Tourism Policy	171
<i>Birgit Bosio/Chris Bottrill</i>	
Sustainable Tourism Management – Best Practices in International Tourism	185
<i>Martin Lohmann/Philipp Wagner</i>	
Consumer Preferences and Substitutability of Tourism Destinations in the Alps – Empirical Findings from Germany	195
<i>Birgit Muskat/Matthias Muskat</i>	
Tourism Development in Australia	207
<i>Markus Schuckert/Philipp Wassler/Kaye Chon</i>	
China travels – Remarks on the development of tourism in China	219
<i>Interview with Dr. Ady Milman</i>	
Case Study ‘Walt Disney Parks and Resorts’	229
Teil 4: Marketing Management	239
<i>Ina Reichenberger/Margit Schäfer</i>	
Sociology of Leisure	243
<i>Philip L. Pearce</i>	
Trends in Consumer Behaviour	251
<i>Marc Stickdorn/Klaus Schwarzenberger</i>	
Service Design in Tourism	261
<i>John Heeley</i>	
City branding in Europe: a state-of-the art overview	277
<i>William Bakker</i>	
Social Media and the impact on travel and tourism	287
<i>Interview with Dave Carroll</i>	
Case Study ‘United Breaks Guitars’	299
Teil 5: Destinationsmanagement und Innovation	311
<i>Ulrike Reisner/Günther Lehar</i>	
Tourismuspolitik und Strukturentwicklung	315
<i>Hubert-J. Siller/Theresa Leitner</i>	
Der Tiroler Weg – Leitender Gedanke und strategische Orientierung für den Tiroler Tourismus	327
<i>Anita Zehrer/Frieda Raich</i>	
Führungsnetzwerke in Destinationen	341
<i>Dieter Pfister</i>	
Markenmanagement von Destinationen: Vom Pseudounternehmen zum Verbund von Markenraum-Atmosphären	351
<i>Gespräch mit Peter W. Williams</i>	
Fallbeispiel Whistler	369