
Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1 | Marktveränderungen erfordern neue Marketingstrategien | 1 |
| 2 | Psychologisches Tourismusmarketing – was ist darunter zu verstehen? | 5 |
| 3 | Der Wirkungsansatz des Psychologischen Marketings | 9 |
| 4 | Die Ziele des Psychologischen Tourismusmarketings | 13 |
| 5 | Die Strategien des Psychologischen Tourismusmarketings | 15 |
| 6 | Anwendungsbeispiel zur Elaborationsstrategie | 19 |
| 7 | Anwendungsbeispiel zur No-wear-out-Strategie | 25 |
| 8 | Anwendungsbeispiel zur Strategie salienzbezogener Reize | 35 |
| 9 | Anwendungsbeispiel zur Strategie der Einstellungsänderung | 39 |
| 10 | Thesen zum Psychologischen Tourismusmarketing | 49 |
| | Was Sie aus dem <i>essential</i> mitnehmen können | 53 |
| | Literatur | 55 |