

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	15
Formelverzeichnis	19
Abkürzungsverzeichnis	21
Zusammenfassung	25
Abstract	27
1. Einführung	29
1.1. Ausgangslage und Problemstellung	29
1.2. Forschungslücken	31
1.3. Forschungsziel und Forschungsfragen	32
1.4. Methodik und Vorgehen	34
1.4.1. Methodischer Ansatz	34
1.4.2. Forschungsobjekt	36
1.4.3. Erkenntnisobjekt	37
1.5. Struktur der Dissertation	37
2. Hintergrund	39
2.1. Tourismus	39
2.1.1. Der Begriff Tourismus	39
2.1.2. Der Begriff Destination	40
2.1.3. Zwischenfazit	41
2.2. Zweitwohnungen	42
2.2.1. Definition und Abgrenzung von Zweitwohnungen	42
2.2.2. Gemeinsame Merkmale der Definitionen	46
2.2.3. Zwischenfazit	46

3. Literatur Review Forschungsobjekt: Zweitwohnungsbesitzende	49
3.1. Definition Zweitwohnungsbesitzende	49
3.2. Ökonomische Merkmale von Zweitwohnungsbesitzenden	50
3.2.1. Kunden	51
3.2.2. Co-Produzenten	52
3.2.3. Investoren	53
3.3. Vorteile, Nachteile und Massnahmen im Umgang mit Zweitwohnungsbesitzenden	55
3.4. Zwischenfazit	57
4. Literatur Review Erkenntnisobjekt: Engagement-Konstrukt	59
4.1. Definition Engagement	62
4.2. Engagement von Kunden (Customer Engagement)	63
4.2.1. Entwicklungsdynamik	63
4.2.2. Definitionen	67
4.2.3. Ursachen, Methoden und Folgen	72
4.2.4. Zwischenfazit	74
4.3. Engagement von Mitarbeitenden (Employee Engagement)	76
4.3.1. Entwicklungsdynamik	76
4.3.2. Definitionen	78
4.3.3. Ursachen, Methoden und Folgen	80
4.3.4. Zwischenfazit	83
4.4. Engagement von Investoren (Investor Engagement)	84
4.4.1. Entwicklungsdynamik	84
4.4.2. Definitionen	85
4.4.3. Ursachen, Methoden und Folgen	89
4.4.4. Zwischenfazit	93
4.5. Gemeinsamkeiten der Ansätze	93
5. Erklärungsansatz und Gestaltungsmassnahmen für Engagement	99
5.1. Zwischenfazit: Definition Zweitwohnungsbesitzenden Engagement	103

6. Überleitung zur Empirie	105
7. Studie 1: Vergleichende Case Study zu Destinationen	109
7.1. Einführung	109
7.2. Untersuchungsfokus	110
7.2.1. Untersuchungskontext	111
7.3. Datenerhebung	112
7.3.1. Methodenwahl	113
7.3.2. Methoden zur Durchführung und Auswertung	114
7.4. Datenanalyse	119
7.4.1. Within-case Analyse: Company-type Destination (Flims Laax Falera)	119
7.4.2. Within-case Analyse: Community-type Destination (Grindelwald)	138
7.4.3. Cross-case Analyse	152
7.5. Forschungsergebnisse und Interpretation	158
7.5.1. Antezedenzen für Engagement	158
7.5.2. Engagement-Prozess	161
7.5.3. Konsequenzen von Engagement	164
7.6. Fazit	167
7.6.1. Ergebnisse	167
7.6.2. Limitationen	169
7.6.3. Beurteilung von Validität und Reliabilität	170
7.6.4. Ausblick	172
8. Studie 2: Empirische Umfrage unter Zweitwohnungsbesitzenden	175
8.1. Einführung	175
8.2. Forschungsverständnis	177
8.3. Fragebogendesign	179
8.4. Forschungsdesign	188
8.5. Stichprobendesign	190
8.6. Psychometrie: Reliabilität und Validität	194

8.7. Datenanalyse	196
8.7.1. Deskriptive Beschreibung der Stichprobe	197
8.7.2. Auswahl der Analyseverfahren	205
8.7.3. Analyse 1: Konfirmatorische Faktorenanalyse	206
8.7.4. Analyse 2: Multiple lineare Regressionsanalyse	229
8.7.5. Analyse 3: Moderated Multiple Regression	250
8.8. Fazit	257
8.8.1. Limitationen	257
8.8.2. Ergebnisse	258
9. Empirische Konklusion: Entwicklung einer Messskala	261
9.1. Einführung	261
9.2. Analyse 1: Explorative Faktorenanalyse	262
9.2.1. Methodik	262
9.2.2. Datenanalyse	267
9.2.3. Interpretation der Ergebnisse	272
9.2.4. Zwischenfazit	274
9.3. Analyse 2: Konfirmatorische Faktorenanalyse	276
9.3.1. Datenanalyse: Indikator- und Faktorebene	276
9.3.2. Datenanalyse: Gesamtmodell	277
9.3.3. Interpretation der Ergebnisse	278
9.4. Analyse 3: Multiple lineare Regressionsanalyse	278
9.4.1. Berechnung des Faktorwerts	279
9.4.2. Datenanalyse	280
9.5. Fazit	282
9.5.1. Limitationen	282
9.5.2. Ergebnisse	283
10. Schlussfolgerungen	285
10.1. Übersicht über die Forschungsergebnisse	285
10.1.1. Literatur Review	285
10.1.2. Studie 1	286
10.1.3. Studie 2	287
10.1.4. Empirische Konklusion	287
10.2. Implikationen für die Forschung	288

10.3. Implikationen für die Praxis	289
Literaturverzeichnis	291
Anhang	307