

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort.....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>1 Einführung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung .....	2
1.2 Zielsetzung.....	3
1.3 Forschungsfragen .....	4
1.4 Vorgehensweise der empirischen Untersuchung .....	4
1.5 Aufbau.....	4
<b>2 Die Destination .....</b>	<b>7</b>
2.1 Definition Destination.....	7
2.2 Die Destination als Wettbewerbseinheit .....	10
2.3 Das Destinationsmanagement .....	13
2.4 Destinationsstrukturen der 3. Generation.....	16
2.4.1 Reformen der 1. und 2. Generation.....	16
2.4.2 Destinationsmanagement' 15 .....	18
2.5 Produkt- und Prozessorientierung im Destinationsmanagement ..	21
<b>3 Produktentwicklung.....</b>	<b>23</b>
3.1 Das Produkt .....	23
3.1.1 Das touristische Produkt.....	24
3.1.2 Das touristische Produkt als besondere Dienstleistung .....	25
3.1.3 Das touristische Produkt entlang der Dienstleistungskette ...	27
3.1.4 Das touristische Produkt als Erlebnisprodukt.....	28
3.2 Strategische Produktentwicklung .....	31
3.2.1 Analyse der externen Umwelt (Chancen-Risiken) .....	31
3.2.2 Analyse der internen Umwelt (Stärken-Schwächen).....	33
3.2.3 Destinationsplanung/ Touristisches Leitbild .....	35
3.3 Operative Produktentwicklung .....	36
3.4 Produktentwicklung von Dienstleistungen .....	38
3.5 Der Weg zur touristischen Produktentwicklung .....	39

<b>4</b>	<b>Service Design .....</b>	<b>41</b>
4.1	Entwicklungen im Service Design .....	41
4.2	Service Design: die multidisziplinäre Kompetenz- Plattform .....	42
4.3	Das "Service Concept" .....	46
4.4	Phasen und Werkzeuge aus dem Service Design-Ansatz .....	49
4.4.1	<i>Service Design Understanding</i> .....	52
4.4.1.1	Contextual Interview .....	52
4.4.1.2	Mobile Ethnografie .....	53
4.4.2	<i>Service Design Thinking</i> .....	54
4.4.2.1	Affinitäten Diagramm .....	54
4.4.2.2	Prioritäten Matrix .....	57
4.4.3	<i>Service Design Generating</i> .....	58
4.4.3.1	Co-Creation .....	58
4.4.3.2	Customer Journey Map .....	59
4.4.3.3	"What if..." .....	61
4.4.4	<i>Service Design Filtering</i> .....	62
4.4.4.1	Personas .....	63
4.4.4.2	Design Szenarios .....	64
4.4.4.3	Pluralistic Walkthrough .....	64
4.4.5	<i>Service Design Explaining</i> .....	65
4.4.5.1	Service & Experience Prototype .....	66
4.4.6	<i>Service Design Realising</i> .....	67
4.4.6.1	Service Blueprint .....	68
<b>5</b>	<b>Erkenntnisse aus der Literatur und Hypothesenbildung .....</b>	<b>71</b>
<b>6</b>	<b>Empirische Untersuchung .....</b>	<b>81</b>
6.1	Methodik .....	81
6.1.1	<i>Schriftliche Onlinebefragung</i> .....	81
6.1.2	<i>Eignung und Begründung der Wahl</i> .....	82
6.1.3	<i>Methodenkritik</i> .....	83
6.2	Forschungsdesign .....	85
6.2.1	<i>Ziel der Untersuchung</i> .....	86
6.2.2	<i>Datenerhebung</i> .....	86
6.2.3	<i>Vollerhebung</i> .....	88
6.3	Ergebnisse der Studie .....	90
6.3.1	<i>Auswertungsmethode</i> .....	90

6.3.2	<i>Operationalisierung</i> .....	91
6.3.3	<i>Allgemeine Angaben</i> .....	93
6.3.4	<i>Produktentwicklung in Österreichs Destinationen</i> .....	95
6.3.5	<i>Hypothesenüberprüfung der forschungsleitenden Frage</i> .....	99
6.3.6	<i>Verwendung von Instrumenten aus dem Service Design</i> ...	102
6.3.6.1	Contextual Interview .....	104
6.3.6.2	Mobile Ethnografie.....	105
6.3.6.3	Affinitäten Diagramm .....	107
6.3.6.4	Prioritäten Matrix .....	108
6.3.6.5	Co-Creation .....	109
6.3.6.6	Customer Journey Map .....	111
6.3.6.7	„What if...“ .....	112
6.3.6.8	Personas .....	113
6.3.6.9	Design Szenarios .....	114
6.3.6.10	Pluralistic Walkthrough .....	116
6.3.6.11	Service und Experience Prototypen .....	117
6.3.6.12	Service Blueprint .....	119
6.3.7	<i>Zusammenfassung der Hypothesenüberprüfung</i> .....	120
6.3.8	<i>Limitationen der empirischen Untersuchung</i> .....	121
6.4	Handlungsempfehlungen für Destinationen .....	122
<b>7</b>	<b>Schlussbetrachtung</b> .....	<b>127</b>
7.1	Zusammenfassung und Fazit .....	127
7.2	Kritische Reflexionen zur Arbeit .....	128
7.3	Ausblick.....	129
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>131</b>
<b>9</b>	<b>Anhang</b> .....	<b>145</b>
9.1	Einladungs-E-Mail.....	145
9.2	Erinnerungs-E-Mail .....	147
9.3	Zweite Erinnerungs-E-Mail .....	148
9.4	Online-Fragebogen.....	149

„Service Design“ in touristischen Destinationen  
Gästeorientierte Produktentwicklung mit Service Design  
Untersteiner, J.  
2015, XVI, 154 S. 34 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-658-08062-4