

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen der Tourismuspsychologie	1
1.1	Gegenstand der Tourismuspsychologie	2
1.2	Entwicklung und Stand der Tourismuspsychologie	2
1.3	Aufgaben und Ziele der Tourismuspsychologie	4
1.4	Allgemeinpsychologische Aspekte	7
1.5	Erklärungsansätze zum Reiseverhalten	8
1.6	Reiseorganisation und Reisesozialisation	10
	Literatur	11
2	Reisen und touristische Leistungen aus Kundensicht	13
2.1	Gegenstand	14
2.2	Besonderheiten von Reisen und touristischen Leistungen	15
2.3	Der Reisepreis	16
2.3.1	Das subjektive Werteempfinden des Reisepreises	16
2.3.2	Die Preisaufmerksamkeit	17
2.3.3	Preisannuitung, Preisassoziation und Preisimage	18
2.3.4	Preisklassen und Preisschwellen	18
2.3.5	Preiswissen, Preisbewertung und Preisvertrauen	19
2.4	Touristische Marken	20
2.4.1	Die Bedeutung touristischer Marken	20
2.4.2	Allgemeine psychologische Wirkungsaspekte von Marken	20
2.4.3	Reiseveranstaltermarken in Deutschland	22
2.5	Destinationsimage und Reisetrends	24
2.5.1	Reisezielpräferenz	24
2.5.2	Alter und Reiseverhalten	26
2.5.3	Reisetrends	28
	Literatur	31
3	Touristisches Marketing	33
3.1	Gegenstand	34
3.2	Allgemeine Aspekte der Wahrnehmung	35
3.3	Modelle der Werbewirkung	36
3.4	Touristische Informations- und Werbemedien	39
3.4.1	Reiseprospekte und Reisekataloge	39
3.4.2	Touristische Anzeigen in Printmedien	41
3.4.3	Plakate und mobile Werbeträger	42
3.4.4	Fernseh-, Funk- und Online-Werbung	43
3.5	Psychologische Aspekte der touristischen Werbegestaltung	45
3.5.1	Allgemeine Grundsätze	45
3.5.2	Die Verwendung von Bildern	47
3.5.3	Farben	49
3.5.4	Text und Schrift	50
3.5.5	Form und gestalterische Darstellung	53
3.6	Neue Werbeformen	54

3.7	Push-Werbe­strategie im Tourismus	56
	Literatur	57
4	Das Reisebüro aus Kundensicht	59
4.1	Gegenstand	60
4.2	Das stationäre Reisebüro	61
4.2.1	Standort und Einflussbedingungen	61
4.2.2	Die Außengestaltung und der Eingangsbereich von Reisebüros	62
4.2.3	Das Schaufenster	63
4.2.4	Die Innengestaltung	65
4.2.5	Der Counter-Bereich	67
4.3	Neue Konzepte der Reisebürogestaltung	68
4.4	Online-Reisebüros	70
4.5	Mobile Reisemittler	71
4.6	Touristische Messen	72
	Literatur	74
5	Reiseberatung und Reisedarbietung	77
5.1	Gegenstand	78
5.2	Der Reisekunde	79
5.2.1	Der Reisekunde als individuelle Persönlichkeit	79
5.2.2	Wahrnehmungs- und Einschätzungsfehler gegenüber Kunden	80
5.2.3	Sympathie vs. Antipathie gegenüber Kunden	82
5.3	Das Beratungsgespräch	83
5.3.1	Der Situationskontext	83
5.3.2	Aufmerksamkeitssteigerung und Aufmerksamkeitslenkung	84
5.3.3	Psychologische Aspekte der Gesprächsführung	86
5.3.4	Beratungsqualität und Beratungskompetenz aus Kundensicht	88
5.4	Die Wirkung des Reisemittlers auf Kunden	91
	Literatur	95
6	Faktoren der Reiseentscheidung	97
6.1	Gegenstand	98
6.2	Die Reiseentscheidung als Prozess	99
6.2.1	Prozessschritte	99
6.2.2	Die Präsentation von Reisen	101
6.2.3	Psychologische Wirkungseffekte der Reisedarbietung	104
6.3	Lenkungs- und Einflussmöglichkeiten	105
6.3.1	Argumentationsstrategien	105
6.3.2	Soziale Verkaufstechniken	107
6.3.3	Einflussvariablen bei Reiseentscheidungen	109
6.4	Nach der Reiseentscheidung	111
	Literatur	112
7	Ängste und Verhaltensauffälligkeiten bei Reisen und Urlaubsaufenthalten	113
7.1	Gegenstand	114
7.2	Einordnung von reiserlevanten Ängsten und Verhaltensauffälligkeiten in ICD und DSM	115

7.3	Kurzbeschreibung reiserrelevanter Ängste und Verhaltensauffälligkeiten	117
7.3.1	Phobische Störungen	117
7.3.2	Reaktionen auf schwere Belastungen und Anpassungsstörungen	120
7.3.3	Somatisierungsstörungen	122
7.3.4	Depressive Episoden	123
7.3.5	Nichtorganische Schlafstörungen	123
7.3.6	Störungen des Sozialverhaltens und der Emotionen bei Kindern	124
7.4	Flugangst	125
7.5	Krisenintervention und -unterstützung	128
	Literatur	130
8	Am Urlaubs- und Ferienort	131
8.1	Gegenstand	132
8.2	Das Phänomen Urlaubs- und Reisestress	133
8.3	Zeiterleben und Urlaubsatmosphäre	136
8.3.1	Das Zeitempfinden im Urlaub	136
8.3.2	Urlaubstimmung und Urlaubsatmosphäre	137
8.3.3	Urlaubserlebnisse	139
8.4	Der Umgang mit unzufriedenen Gästen	140
	Literatur	144
9	Spezifische Aspekte der Gästebetreuung	147
9.1	Gegenstand	148
9.2	Psychologische Aspekte der Gast/Gastgeber-Beziehung	149
9.3	Ausgewählte Aspekte der Gästebetreuung	151
9.3.1	Gästeanimation und Gästemotivation	151
9.3.2	Betreuung von Kindern und Jugendlichen	152
9.3.3	Die Betreuung von Senioren	155
9.4	Die Führung von Reisegruppen	157
9.5	Arbeitsstress im Umfeld der Gästebetreuung	161
	Literatur	164
10	Psychologische Aspekte des Führungsmanagements in touristischen Unternehmen	165
10.1	Gegenstand	166
10.2	Personalauswahlverfahren	167
10.3	Mitarbeiterführung und Führungseffizienz	169
10.3.1	Aufgaben und Ziele der Mitarbeiterführung	169
10.3.2	Die Führungspersönlichkeit	170
10.3.3	Führungseffizienz	172
10.4	Bewertung touristischer Unternehmen	174
	Literatur	177
	Serviceteil	179
	Glossar	180
	Stichwortverzeichnis	189



<http://www.springer.com/978-3-662-50285-3>

Tourismuspsychologie

Herrmann, H.-P.

2016, VIII, 190 S. 6 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-662-50285-3