

---

## Was Sie aus diesem *essential* mitnehmen können

- Denkanstöße, sich im touristischen Marketing verstärkt mit psychologischen Effekte auseinanderzusetzen.
- Handlungsoptionen, psychologisches Wissen für das touristische Marketing zu nutzen.
- Erkenntnisse der Wechselwirkung von Psychologie und touristischem Marketing sowie Hinweise zur Fortentwicklung touristischer Angebote.
- Überlegungen, strategische Marketingentscheidungen nicht nur aus der betriebswirtschaftlicher Sicht zu treffen.

---

## Literatur

- Aaker, Jennifer L. 2001. Dimensionen der Markenpersönlichkeit. In *Moderne Markenführung*, Hrsg. Franz-Rudolf Esch, 94 f. Wiesbaden: Gabler.
- Demmelbauer, Eva., und Elke Zellinger. 2017. *Design und Kommunikation*, 208, 209. Wien: Verlag Hölder-Pichler-Tempsky GmbH.
- Ehrenfels, Christian von. 1982. *Philosophische Schriften*. München: Philosophia.
- Eversmeier, Jochen. 2017. Wenn das Lebensalter mitentscheidet. *fvw* 6 (2017): 47.
- Felser, Georg. 2014. *Konsumentenpsychologie*, 19, 98, 113. Stuttgart: Kohlhammer.
- Fiedler, Yvonne. 2016. Lieblingsstück. *Travel One* 5 (2016): 15.
- Franke, Tanja. 2017. Der kleine Unterschied. *Travel One* 4 (2017): 13 ff.
- Freyer, Walter. 2007. *Tourismus-Marketing*, 417. München: Oldenbourg.
- fvw-Redaktion. 2018. URV erneuert Tarifsystem. *fvw* 6 (2018): 13.
- Gallinat, Jürgen zitiert nach Sander, Evelyn. 2017. Vom guten Gefühl. *vvw* 16 (2017): 26.
- Herrmann, Hans-Peter. 2016. *Lehrbuch Tourismuspsychologie*, 45 ff., 56 f. Berlin: Springer.
- Herrmann, Hans-Peter, und Pauline Wetzel. 2018. *Fernweh und Reiselust*, 22 f. Berlin: Springer.
- Hildebrandt, Klaus. 2018. Interview mit Thomas Bösel. *fvw* 11 (2018): 23.
- Hirtlenlehner, Helmut, et al. 2002. Operationalisierung von Urlaubsmotiven. *Tourismus-Journal* 1 (2002): 93–115.
- Kaspar, Claude. 1991. *Die Tourismuslehre im Grundriss*, 42 f. Bern: Haupt.
- Kotler, Philip, et al. 2007. *Grundlagen des Marketings*, 121, 326 f. München: Pearson Studium.
- Krober-Riel, Weinberg. 1996. *Konsumentenverhalten*, 137. München: Vahlen.
- Lanz, Ira. 2018. Nach der Pflicht kommt die Kür. *fvw* 10 (2018): 16 f.
- Maderthaner, Rainer. 2017. *Psychologie*, 309. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandlungs AG.
- Müller, Kai-Markus. 2012. *NeuroPricing*, 103. Freiburg: Haufe.
- Mundt, Jörn W. 2013. *Tourismus*, 84, 107–140. München: Oldenbourg.
- Pilar, Christiane. 2018. Personalisierte Radio-Spots. *fvw* 3 (2018): 50.
- Pilar, Christiane. 2017. Marken mit Power. *fvw* 4 (2017): 49 f.
- Pilar, Christiane. 2018. Traditionsmarken legen zu. *fvw* 5 (2018): 70 f.
- Rogge, J.H. 1979. *Grundlagen der Werbung*, 63. Berlin: Schmidt.

- 
- Werth, Lioba, und Jennifer Mayer. 2008. *Sozialpsychologie*, 69 f. Berlin: Springer.
- Wittgenstein, Ludwig. 1990. *Tractatus logico-philosophicus Philosophise Untersuchungen*. Leipzig: Reclam.
- Wolf, Julia. 2018. Das Ende der Kontrolleure. Interview mit Sven Gàbor Jànszky. *Audimax* 7, 8 (2018): 10. Nürnberg: Audimax Medien GmbH.