



Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb

Knut Scherhag

Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb Knut Scherhag

 [Download Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristis ...pdf](#)

 [Online lesen Destinationsmarken und ihre Bedeutung im tourist ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb Knut Scherhag

314 Seiten

Kurzbeschreibung

Der Wettbewerb der touristischen Destinationen um den Gast - den Touristen - nimmt immer mehr zu. Der Reisende sieht sich bei der Auswahl eines Reisezieles mit einer Vielzahl von Destinationsangeboten konfrontiert, von denen der größte Teil jedoch nicht über ein eigenständiges Profil verfügt. Um weiterhin von den Verbrauchern als eigenständige Destination wahrgenommen zu werden, ist ein klar formuliertes Leistungsversprechen mit Produkten zu nachvollziehbaren Preisen notwendig, das gleichzeitig dazu beiträgt, eine positive emotionale Beziehung aufzubauen. Diese Anforderung kann durch Markenbildung erreicht werden, denn Marken bieten eine Orientierungshilfe und beinhalten eine klare (Produkt-)Aussage. Es reicht nicht mehr, „nur“ das naturräumliche Potential in Szene zu setzen; der reiseerfahrene Tourist von heute erwartet klar und eindeutig strukturierte Angebote, die ihm die Reiseentscheidung erleichtern.

Vor diesem Hintergrund wird zunächst ein grundlegender Rahmen zur Markenbildung erstellt, woraufhin mit Hilfe von Marktuntersuchungen analysiert wird, was sowohl die Anbieter- als auch die Nachfragerseite mit Destinationsmarken in Verbindung bringen. Gleichzeitig wird nach der Bedeutung gefragt, die einer Destinationsmarke von der jeweiligen Marktseite zugesprochen wird.

Basierend auf den Analyseergebnissen, wird eine Vorgehensweise für die Ausgestaltung von Destinationsmarken skizziert, in der die Spezifika touristischer Destinationen berücksichtigt sind. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Knut Scherhag, Jahrgang 1966, studierte BWL (Schwerpunkte Strategisches Tourismusmanagement und Marketing) an der Universität Trier. Anschließend war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft an der TU Dresden tätig. Parallel dazu führte er Beratungsaufträge für touristische Einrichtungen durch. Seit 1999 ist er am Europäischen Tourismus Institut GmbH in Trier als Senior Consultant und Projektleiter angestellt. Neben der Beratertätigkeit absolvierte er sein Promotionsstudium an der Universität Trier und promovierte 2003 zum Dr. rer. pol. Schwerpunkte seiner Arbeit liegen in der Entwicklung strategischer Konzepte für touristische Destinationen, der Leitbildentwicklung und der Durchführung von Marktforschungsstudien. Kontakt: scherhag@planet-interkom.de

Download and Read Online Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb Knut Scherhag #UP3RM41IETF

Lesen Sie Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb von Knut Scherhag für
online ebook Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb von Knut Scherhag
Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher,
Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen,
Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen
Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb von Knut Scherhag Bücher online zu
lesen. Online Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb von Knut Scherhag
ebook PDF herunterladen Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb von Knut
Scherhag Doc Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb von Knut Scherhag
Mobipocket Destinationsmarken und ihre Bedeutung im touristischen Wettbewerb von Knut Scherhag EPub