

Kim Seltmann

Der Einfluss von sozialen Medien auf das Destination Branding am Beispiel der Costa del Sol

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783668810372

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/443778>

Kim Seltmann

Der Einfluss von sozialen Medien auf das Destination Branding am Beispiel der Costa del Sol

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Der Einfluss von sozialen Medien auf das Destination Branding am Beispiel der Costa del Sol

Bachelorarbeit

Fachhochschule Dresden – Private Fachhochschule gGmbH

University of Applied Sciences

vorgelegt von

Kim Marie Seltmann

Dresden, den 06.07.2018

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	III
1 Einleitung	1
1.1 Motivation.....	2
1.2 Problematik	3
1.3 Struktur der Arbeit	4
2 Methodologie.....	5
2.1 aktueller Forschungsstand	6
2.2 Destination Branding	7
2.3 Multi-Channel-Strategie	10
2.4 AISDALSLove-Modell	15
2.5 Integration der methodologischen Lösungen	24
3 Daten	26
3.1 primäre Daten	26
3.2 sekundäre Daten.....	29
4 Analyse	39
5 Interpretation.....	52
6 Fazit	56
Quellenverzeichnis.....	IV
Anhang	XI

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Arten von touristischen Destinationen	8
Abb. 2: Hierarchy of effects models	18
Abb. 3: AISDALSLOVE Model	19
Abb. 4: The Pyramid of Love towards Brand	23
Abb. 5: Touristenankünfte in Millionen im Jahr 2015	27
Abb. 6: Top 3 Urlaubsreiseziele der Deutschen 2017	29
Abb. 7: Personenverkehr am Flughafen Málaga-Costa del Sol	30
Abb. 8: Weltweites Interesse am Suchbegriff „Costa del Sol“ von 2004 bis 2018.....	31
Abb. 9: Weltweites Interesse am Suchbegriff „Costa del Sol“ von 2004 bis 2018 nach Regionen.....	31
Abb. 10: Weltweites Interesse am Suchbegriff „Costa del Sol“ von 2004 bis 2018 nach Städten.....	32
Abb. 11: Vergleich des weltweiten Interesse an den Suchbegriffen „Costa del Sol“ und „Málaga“ von 2004 bis 2018	32
Abb. 12: Ankünfte nach Herkunft am Flughafen Málaga-Costa del Sol im Jahr 2017	34
Abb. 13: veröffentlichte Beiträge auf Instagram der visitacostadelsol vom 17.Mai 2018 bis 21. Juni 2018	49
Abb. 14: Word Cloud der in den veröffentlichten Beiträgen der visitacostadelsol benutzten Wörter auf Instagram.....	50