

Beste internationale Arbeit

Aino Kallio

*Masterarbeit
University of Surrey
Großbritannien*



Investigation of Consumers' Attitudes Toward Hospitality and Tourism Advertising in Social Media

The Internet serves as a major marketing and communication tool in the tourism and hospitality industry. Furthermore, the rapid growth of online social media has caught the attention of advertisers hoping to find new ways of harnessing these sites for their marketing purposes. However, even though the use of social media as a marketing channel is growing, little academic research has been done to understand how users of social media sites perceive advertising taking place on these sites.

The purpose of this research is to investigate how consumers perceive hospitality and tourism advertising taking place on the social media site Facebook. Drawing on the uses and gratifications theory, a framework is developed to explore the influence of entertainment, informativeness, irritation and credibility on consumers' attitude toward hospitality and tourism advertising in social media. To understand consumers' perceptions of advertising in social media, a quantitative questionnaire was designed and distributed through the social networking site Facebook.

The results suggest that message characteristics of entertainment, informativeness and credibility have a positive relationship, whereas irritation has a negative relationship to the overall attitude toward hospitality and tourism advertising on Facebook.

Beste Arbeit zum Thema Touristische Fachsprache, Medien und Kommunikation

Martina Teufel

*Diplomarbeit
FH Wien – Studiengänge der WKW
Österreich*



Social Media im Tourismus: Erfolgspotenziale von Hotelbewertungsportalen Möglichkeiten und deren Einfluss auf die Reiseentscheidung. Eine empirische Studie am Beispiel der Falkensteiner Hotels & Residences

Hotelunternehmungen stehen aufgrund der steigenden Bedeutung positiver und negativer Kundenmeinungen auf Hotelbewertungsportalen, die zwecks Vorabinformation vor der Buchung einer Reise aufgesucht werden, einer immer größer werdenden Herausforderung gegenüber. Hotelbewertungen ermöglichen dem potenziellen Gast, anhand der Meinungen und Bewertungen ehemaliger Hotelgäste, das für seine Bedürfnisse und Wünsche optimale Produkt zu finden. Kundenmeinungen sind somit ein effektives Mittel, um Kunden die bestehenden Bedenken zu nehmen und deren Reisekaufblockaden zu brechen.

In diesem Zusammenhang war es das Ziel dieser Diplomarbeit zu analysieren, inwiefern die zukünftigen Reiseentscheidungen der Zielgruppen von „Falkensteiner Hotels & Residences“ durch Kundenmeinungen in Hotelbewertungsportalen beeinflusst werden und in welcher Form touristische Unternehmungen Online-Gästefeedbacks aktiv für die eigenen Interessen nutzen können. Die Anwendung eines Onlinefragebogens (N=3597) und die Durchführung von Usability Testings, legen den grundlegenden Fokus dieser Arbeit darauf herauszufinden, welchen strategischen Nutzen Hotelbewertungsportale für die Zielgruppenansprache im Unternehmen haben sowie welcher konkrete Einfluss von Hotelbewertungsportalen auf die Reiseentscheidung ausgeübt wird.

ITB WISSENSCHAFTSPREIS der DGT 2011

Deutsche Gesellschaft für
Tourismuswissenschaft



Beste praxisorientierte Arbeit

Norman Tshipala

*Masterarbeit
Tshwane University of Technology
Südafrika*



The Adventure Tourism Development Strategy for the Vondo

Research shows that adventure tourism activities indicate a "quest for excitement"; they provide an opportunity to produce pleasurable forms of tension and excitement. With the growing trend towards adventure-orientated holiday behavior, people are seeking more intensive leisure experience. It has become important to identify potential adventure attractions and help their communities to develop them.

The study aims to develop an adventure tourism development strategy for the Vondo through identifying possible adventure activities, logging GPS coordinates, determining local knowledge of communities and stakeholders about adventure tourism development, reviewing available literature on adventure tourism industry, community tourism, tourism development, tourism development strategies and tourism impacts.

The literature review covers adventure industry, community-based tourism, tourism development and strategies, and tourism impacts that result from tourism development. For the aim to be achieved fifty-nine questionnaires were administered to the Vondo communities and government departments. The findings of the research were divided into four categories; the locals' knowledge and interest in adventure tourism, the perceptions of adventure tourism development from locals, GPS coordinates for potential attractions in the Vondo, and photographs of potential and existing attractions.

Beste wissenschaftlich-theoretische Arbeit

Carleigh Randall

*Dissertation
University of Otago
Neuseeland*



The Wine Islands, British Columbia: An Exploration of Wine Tourism Network Relationships

An understanding of how the wine and tourism industries can be integrated is critical if the potential benefits of wine tourism are to be realised.

This study adopts a blended approach to network analysis that embeds structural network maps within a qualitative understanding of the interactional nature and transactional contents of emerging regional wine tourism networks.

Findings suggest predominantly informal dyadic relationships between wineries and between wineries and small tourism enterprises consisting of communication and social contents and few formalised relationships that capture potential economic benefit. Several impediments to inter- and intra-industry relationship development were also identified, including: spatial and non spatial proximity, perceptions of asymmetric benefits between the industries; resource scarcity; product quantity and quality; lack of infrastructure; relevancy of wine tourism to some businesses; business goal (in)congruency; the lack of a champion; and lack of trust. Building an understanding of the network, as well as benefits and barriers to relationship development not only allows industry to identify areas of structural weakness in the network, but also aids policy makers in supporting regional destination networks.

Beste Arbeit zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus

Claudia Bosch

*Diplomarbeit
Katholische Universität Eichstätt-
Ingolstadt
Deutschland*



Kulturelle Geographien der Zertifizierung – Die Anwendung der mexikanischen Norm für nachhaltigen Tourismus in Chiapas

Die touristische Zertifizierung nachhaltiger Tourismusformen wird aktuell intensiv von internationalen Institutionen, Nichtregierungsorganisationen und Interessenverbänden gefördert. Zur Zielgruppe gehören dabei überwiegend Akteure aus »Entwicklungsländern«. Über die Zertifizierung von Unternehmen soll deren nachhaltiges Handeln gewährleistet werden.

Anhand der Auseinandersetzung mit der mexikanischen Norm für nachhaltigen Tourismus und ihrer Anwendung in Chiapas (Mexiko), werden Chancen und Probleme aufgezeigt, die touristische Zertifizierungsprozesse für gemeindebasierte Unternehmen mit sich bringen können. Folgende Fragestellungen stehen dabei im Vordergrund: Inwiefern kann nachhaltiger Tourismus standardisiert werden und wer profitiert davon? Stellt die Standardisierung ein effektives Entwicklungsinstrument für die untersuchten Unternehmen dar? Welche Inklusions- und Exklusionsprozesse werden dadurch in Gang gesetzt? Wie fügen sich die extern entwickelten Standard-Werte in die jeweiligen sozialen Praktiken der untersuchten Orte ein?

Durch die Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Sichtweisen der Förderer der Zertifizierung und den Zertifizierten selbst werden Widersprüche des Prozesses beleuchtet und mögliche weitere Entwicklungen aufgezeigt.