

zusammenfassung master thesis

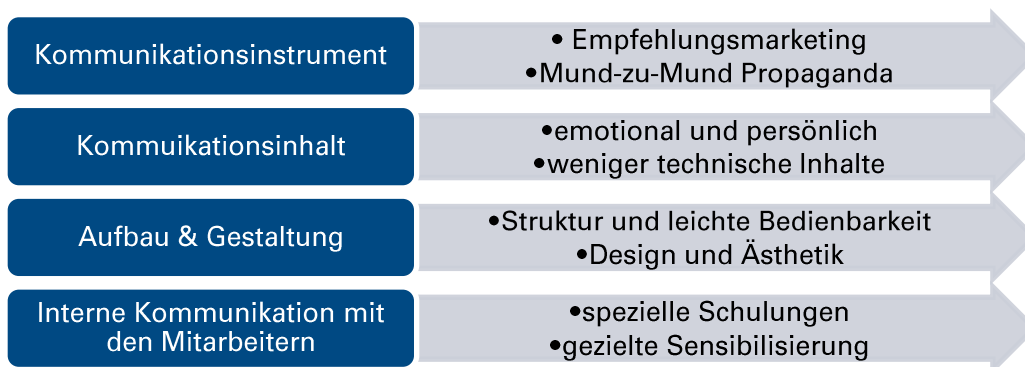
Thema: Gender Marketing in familiengeführten Hotelbetrieben im alpinen Raum
Forschungsfrage: Welche Determinanten der Gender Marketing Kommunikation bestimmen das Buchungsverhalten von Frauen, die sich für einen Urlaub in familiengeführten Hotelbetrieben im Alpenraum entscheiden?
Verfasser/in: Elisabeth Bachmann
Abschlussjahr: 2014

1 problemstellung

Eine Vielzahl der auf dem Markt erhältlichen Produkte und Dienstleistungen wird von Männern für Männer hergestellt. Es wird dabei immer noch weitgehend missachtet, dass vielfach Frauen die Kaufentscheidungen treffen (Gohr, 2007).

2 kurzzusammenfassung und ergebnis

Folgende vier Determinanten beeinflussen das Buchungsverhalten von Frauen:



3 empfehlungen für familienunternehmen

- Sorgen Sie mit **Weiterempfehlungsprogrammen** dafür, dass gut über Ihr Hotel gesprochen wird.
- Nutzen Sie **Storytelling**, um Ihren Gästen interessante Einblicke hinter die Kulissen zu gewähren.
- Achten Sie bei Ihrer Homepage auf **übersichtliche** Strukturierung und leichte Bedienbarkeit.
- Setzen Sie grundsätzlich eher auf eine **emotionale** und warme Gestaltung.
- Besonders für Frauen sind **Kleinigkeiten** bzw. Aufmerksamkeiten häufig von großer Bedeutung.

KONTAKT

MCI Management Center Innsbruck
Zentrum Familienunternehmen
Universitätsstraße 15
6020 Innsbruck
Tel: +43 512 2070 7101

Email: familienunternehmen@mci.edu
Web: <http://familienunternehmen.mci.edu>