



Bachelorarbeit

Digitales Marketing und Ökotourismus: Eine Untersuchung des Einflusses von Nachhaltigkeitszertifikaten auf touristische Entscheidungen

Verfasst von
Sophie Albrecht

Angestrebter akademischer Grad:
Bachelor of Arts in Business

Bachelorstudiengang	Tourismus-Management
Matrikelnummer	12037651
Abschlussjahr	2024
Betreut von	Christian Lendl

Abstract

Das Ziel dieser Bachelorarbeit war die Analyse des Einflusses, den die Präsentation von Nachhaltigkeitszertifizierungen in Online-Marketingkampagnen auf das Verhalten und die Entscheidungen von Reisenden hat. Unter Anwendung einer Kombination aus empirischer Forschung durch eine Online-Umfrage und theoretischer Analyse, basierend auf bestehender Literatur im Bereich des Ökotourismus und des digitalen Marketings, wurden die Effekte untersucht. Es zeigte sich, dass Nachhaltigkeitszertifikate die wahrgenommene Attraktivität und Qualität von Unterkünften steigern können, die aktive Suche nach solchen zertifizierten Angeboten jedoch häufig ausbleibt. Ein Grund hierfür ist die oft unzureichende Sichtbarkeit und Kommunikation dieser Zertifikate in Werbekampagnen. Die Arbeit schlussfolgert, dass eine stärkere Betonung auf inhaltliche Tiefe und die Kommunikation von Nachhaltigkeitswerten in Online-Marketingstrategien für den Ökotourismus notwendig ist. Eine verbesserte Präsentation und Kommunikation von Nachhaltigkeitszertifikaten könnten nicht nur das Bewusstsein schärfen, sondern auch das Buchungsverhalten zugunsten einer nachhaltigeren Tourismusbranche positiv beeinflussen. Diese Arbeit richtet sich an Studierende im Bereich Tourismusmarketing sowie an Entscheidungsträger in der Hotellerie, um wertvolle Einblicke für die Gestaltung effektiver Marketingstrategien zu bieten.