

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
1.1.	Problemstellung	4
1.2.	Zielsetzung	4
1.3.	Vorgehen	5
<b>2.</b>	<b>Begriffliche Grundlagen</b>	<b>5</b>
2.1.	Image	5
2.1.1.	Begriffserklärung und Bestimmungskriterien	5
2.1.2.	Abgrenzung des Images zu ähnlichen Begriffen	7
2.1.3.	Dreikomponententheorie	8
2.2.	Destination	9
2.2.1.	Begriffserklärung	9
2.2.2.	Abgrenzung und Größe einer Destination	10
2.2.3.	Die Bedeutung des Images für Destinationen	11
<b>3.</b>	<b>Theoretische Grundlagen zur Imagemessung</b>	<b>12</b>
3.1.	Eindimensionale Verfahren	12
3.2.	Mehrdimensionale Verfahren	13
3.2.1.	Semantisches Differential (SD)	13
3.2.2.	Multiattributmodelle	15
3.2.2.1.	Rosenberg-Modell	15
3.2.2.2.	Fishbein-Modell	16
3.2.2.3.	Trommsdorff-Modell	18
<b>4.</b>	<b>Die empirische Analyse der Wahrnehmung Tirol in Mecklenburg Vorpommern</b>	<b>19</b>
4.1.	Zielsetzung der Untersuchung	19
4.2.	Hypothesen	19
4.3.	Vorstellung des Untersuchungsgebietes	20
4.4.	Erhebungsmethodik	22
4.5.	Die Fragebogenkonzeption	23
4.6.	Durchführung der Untersuchung	24
<b>5.</b>	<b>Auswertung der empirischen Untersuchung</b>	<b>25</b>
5.1.	Soziodemografische Daten	25
5.2.	Bekanntheitsgrad von Tirol und Kenntnis über dessen Wintersportgebiete	27
5.3.	Assoziationen mit Tirol	28
5.4.	Informationsquellen	29
5.5.	Reiseverhalten	31
5.5.1.	Bisherige Winterurlaubserlebnisse	31
5.5.2.	Reiseverhalten bezüglich Tirol	32
5.6.	Empfinden bezüglich Tirol und Wintersport	34
5.7.	Wahrnehmung der Destination Tirol	36
5.7.1.	Anwendung des Semantischen Differentials	36
5.7.2.	Anwendung des Trommsdorff-Modells	39
5.8.	Vorstellungen über die allgemeinen touristische Leistungen	40
5.9.	Besonderheiten der Destination Tirol	43
5.10.	Bewertung	43
<b>6.</b>	<b>Fazit und Ausblick</b>	<b>45</b>
	<b>Literatur</b>	<b>47</b>
	Autorenangaben	50
	<b>Anhang</b>	<b>51</b>