

Madlen Röhler

Existenzsicherung eines Reisebüros

Handlungsalternativen unter Berücksichtigung aktueller
Problemstellungen in der Reisebürobranche

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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.

Copyright © 2003 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783836603287

Madlen Röhler

Existenzsicherung eines Reisebüros

**Handlungsalternativen unter Berücksichtigung aktueller Problemstellungen
in der Reisebürobranche**

Madlen Röhler

Existenzsicherung eines Reisebüros

*Handlungsalternativen unter Berücksichtigung
aktueller Problemstellungen in der Reisebürobranche*

Madlen Röhler

Existenzsicherung eines Reisebüros - Handlungsalternativen unter Berücksichtigung aktueller Problemstellungen in der Reisebürobranche

ISBN: 978-3-8366-0328-7

Druck Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2007

Zugl. Berufsakademie Thüringen Staatliche Studienakademie Eisenach, Eisenach, Deutschland, Diplomarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2007

Printed in Germany

I Inhaltsverzeichnis

I Inhaltsverzeichnis	I
II Darstellungsverzeichnis	III
II.1 Abbildungsverzeichnis	III
II.2 Tabellenverzeichnis	IV
III Abkürzungsverzeichnis	V
IV Anhangsverzeichnis	VI
1 Einleitung in die Thematik	1
1.1 Motivation	1
1.2 Zielsetzung	1
1.3 Aufbau der Arbeit	2

Kapitel A: Betrachtung der Reisebürobranche

2 Grundlagen der Reisebürobranche	3
2.1 Einordnung in die Tourismusindustrie	3
2.2 Entwicklung der Reisebürobranche	5
2.3 Struktur des Reisemittlermarktes	7
3 Marktumfeldbetrachtungen und Auswirkungen auf die Reisebürobranche	9
3.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland	9
3.2 Globale Risikofaktoren der Reisebranche	10
3.2.1 Außenpolitische Risiken	10
3.2.2 Globale Gesundheitsrisiken	11
3.3 Wertewandel	12
4 Betrachtung des Reisebüromarktes	14
4.1 Reiseveranstalter und ihre Angebotspalette	14
4.2 Wettbewerb am Reisebüromarkt	16
4.3 Nachfrage nach touristischen Produkten	17
4.3.1 Änderung des Nachfrageverhaltens der Konsumenten	17
4.3.2 Reisetrends	18
5. Zusammenfassung	20

Kapitel B: Entwicklung von Handlungsalternativen

6 Das Unternehmen Reisebüro X	21
6.1 Vorstellung des Unternehmens Reisebüro X	21
6.1.1 Unternehmensgeschichte	21
6.1.2 Geschäftsbereiche	22
6.1.3 Kundenstruktur	23
6.2 Entwicklungstendenzen im Reisebüro X	23
6.2.1 Umsatz- und Ertragsentwicklung	23
6.2.2 Nachfrageverhalten der Kunden	24
7 Angewandte Marktforschungsmethodik	26
8 Erweiterung und Verbesserung der Kundenbindungsmaßnahmen	28
8.1 Grundlagen der Kundenbindung	28
8.1.1 Kundenbindung – Kundenbindungsmanagement	28
8.1.2 Zusammenhang zwischen Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung	29
8.1.3 Kundenbindungsinstrumente	31
8.2 Entwicklung eines Kundenbindungsprogramms für das Reisebüro X	32
8.2.1 Kundenbindungsprogramme	32
8.2.2 Messung der Akzeptanz von Kundenkarten im Reisebüro X	32
8.2.3 Konzept für ein Kundenbindungsprogramm im Reisebüro X	33
8.3 Segmentierung der Kunden des Reisebüros X	36
8.3.1 Ziele der Kundensegmentierung	36
8.3.2 Möglichkeiten der Kundensegmentierung	36
8.3.3 Erstellung eines Kundenportfolios für das Reisebüro X	38
8.3.4 Kundensegmentierung nach Reisegewohnheiten	40
9 Ertragssicherung durch Verkaufssteuerung	42
9.1 Verkaufssteuerung durch gezielte Umsatzlenkung	42
9.1.1 Grundlagen der Verkaufssteuerung	42
9.1.2 Auswahl relevanter Veranstalter für das Reisebüro X	45
9.1.3 Konzept zur Ertragssteigerung im Reisebüro X	47
9.2 Erhöhung und Steuerung des Verkaufes von Nebenleistungen	54
10 Zusammenfassung der Handlungsalternativen	58
11 Persönliches Fazit und Ausblick	59
V Anhang	61
VI Literaturverzeichnis	VII

II Darstellungsverzeichnis

II.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einordnung der Reisebüros am Touristikmarkt.....	4
Abbildung 2: Entwicklung der Anzahl der Reisemittlerstellen	5
Abbildung 3: Entwicklung der Reisemittler-Umsätze.....	6
Abbildung 4: Reisebüroarten	6
Abbildung 5: Struktur am Reisemittlermarkt	8
Abbildung 6: Die Deutsche Volkswirtschaft: Wirtschaftswachstum	9
Abbildung 7: Wertewandel in Deutschland.....	13
Abbildung 8: Der Deutsche Veranstaltermarkt	15
Abbildung 9: Umsatzentwicklung nach Monaten im Reisebüro X	24
Abbildung 10: Reiseziele 2003 im Reisebüro X	24
Abbildung 11: Unternehmensbezogene Vorteile durch Kundenbindung.....	29
Abbildung 12: Konstrukt der Kundenzufriedenheit	30
Abbildung 13: Wirkungskette der Kundenbindung.....	30
Abbildung 14: Kundenbindungsinstrumente	31
Abbildung 15: Klassisches Kundenportfolio	37
Abbildung 16: Kundenportfolio für das Reisebüro X	38
Abbildung 17: Das „Magische Viereck“ der Verkaufssteuerung.....	43

II.2 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Reisearten/Reiseveranstalter	14
Tabelle 2: Vertriebswege der Reiseveranstalter.....	15
Tabelle 3: Lieblingsreiseziele der Deutschen 2002	19
Tabelle 4: Wesentliche Gefahren aus Sicht der Reisemittler.....	20
Tabelle 5: Umsatz- und Erlöszahlen des Reisebüros X	23
Tabelle 6: Entwicklung der Anzahl der Reisegäste und des Ø-Reisepreises im Reisebüro X.....	25
Tabelle 7: Konzept Kundenkarte	35
Tabelle 8: Reisevorlieben als Kundenmerkmal	40
Tabelle 9: Verkaufssteuerungskonzept für den Reiseveranstalter TUI	48
Tabelle 10: Verkaufssteuerungskonzept für den Reiseveranstalter Thomas Cook.....	49
Tabelle 11: Verkaufssteuerungskonzept für den Reiseveranstalter Bucher Reisen.....	50
Tabelle 12: Verkaufssteuerungskonzept für die Veranstaltergruppe LTU Touristik 1 ..	51
Tabelle 13: Verkaufssteuerungskonzept für die Veranstaltergruppe LTU Touristik 2 ..	51
Tabelle 14: Verkaufssteuerungskonzept für den Reiseveranstalter Alltours	52
Tabelle 15: Verkaufssteuerungskonzept für den Reiseveranstalter FTI	52
Tabelle 16: Verkaufssteuerungskonzept für die Veranstaltergruppe Öger Tours.....	53
Tabelle 17: Mietwagenveranstalter und Provisionen.....	56

III Abkürzungsverzeichnis

BAT	British American Tobacco
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMWA	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
CRS	Computer-Reservierungs-System
DB	Deutsche Bahn
DRV	Deutscher Reisebüroverband
FTI	Frosch Touristik International
FTD	Financial Times Deutschland
F.U.R	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen
FVW	Fremdenverkehrswirtschaft
IATA	International Aviation of Travel Agents Association
ITS	International Tourist Services
LTU	Luft Touristik Union
NUR	Neckermann und Reisen
QTA	Quality Travel Alliance
SARS	Severe Acute Respiratory Syndrom
T.I.P	Touristik-Informations-Programme
TTS	TUI Ticket Shop
TUI	Touristik Union International
USD	US-Dollar
VIP	Very Important Person