

Lernfeld 8

Reiseleistungen für Privat- und Geschäftsreisende

vermitteln und organisieren 9

1	Organisation von Geschäftsreisen	10	2.3.3	Fernbusreisen	82
1.1	Begriffe rund um die Geschäftsreise	12	2.3.4	Fahrgastrechte im Kraft- omnibusverkehr	84
1.2	Reiserichtlinien	17	2.4	Schiffs- und Fährpassagen ..	86
1.3	Buchungsweges	20	2.4.1	Schiffstypen	87
1.4	Einkauf von Business Travel-Leistungen	22	2.4.2	Ausstattung an Bord	91
1.5	Vergütungsmodelle	25	2.4.3	Fährbuchung	93
1.6	Rahmenprogramme	27	2.4.4	Haftung im Fährverkehr ..	95
	Aufgaben	29	2.5	Mietwagennutzung	97
			2.5.1	Anbieter von Mietwagen ..	98
			2.5.2	Mietwagenbuchung	99
			2.5.3	Versicherungen und Voucher	102
2	Buchung von Beförderung und Mobilität	30	2.5.4	Tankregelungen und Bezahlung	105
2.1	Flugbeförderung	31	Aufgaben		106
2.1.1	Fluggastrechte und Haftungs- bestimmungen	32	3	Buchung von Beherbergung	112
2.1.2	Luftfahrtallianzen und -kooperationen	42	3.1	Touristische Unterkünfte ..	112
2.1.3	Flugtarife und Beförderungs- klassen	46	3.2	Hotelklassifizierung	114
2.1.4	Gepäckkonzepte	51	3.2.1	Deutsche Hotelklassifizierung	115
2.1.5	Loyalty-Programme	54	3.2.2	Markenhotellerie	117
2.2	Bahnreisen	60	3.2.3	Hotelketten und -kooperationen	120
2.2.1	Europäischer Bahn- und Fernverkehr	62	3.3	Hotelvielfalt	122
2.2.2	Tarifangebote im Fernverkehr	65	3.3.1	Offene Standards	122
2.2.3	Fahrgastrechte	69	3.3.2	Strategien zur Markt- segmentierung	123
2.2.4	Kundenbindungs- und Rabattprogramme	73	3.3.3	Erlebniswelten	127
2.3	Verkehrsmittel Bus	77	3.4	Der Beherbergungsvertrag ..	132
2.3.1	Öffentlicher Busverkehr	77		Aufgaben	138
2.3.2	Fernlinienbusverkehr	78		Exkurs: Hotelzimmer der Zukunft ..	140

Lernfeld 9

Eigenveranstaltungen entwickeln	141
1 Marketing	142
1.1 Marketinginstrumente	143
1.2 Marketingziele	146
1.3 Vorbereitung einer Marketingstrategie	147
Aufgaben	148
4.2.3 Wettbewerbsanalyse	200
4.3 Unternehmensanalysen	203
4.3.1 SWOT-Analyse	204
4.3.2 Portfolioanalyse	207
4.3.3 Produktlebenszyklus-Analyse	209
Aufgaben	210
2 Produktpolitik	149
2.1 Produktprogramm	150
2.2 Produktlebenszyklus	152
2.3 Produktplanung und -entwicklung	155
2.4 Nachhaltige Produktpolitik	158
Aufgaben	163
5.1 Kunden- und wettbewerbsbezogene Strategien	213
5.1.1 Marktsegmentierung	215
5.1.2 Marktfeldstrategien	218
5.2 Produktpolitische Strategien	221
5.2.1 Leistungsdiversifikation und -differenzierung	221
5.2.2 Präferenzstrategie und Simultanstrategie	223
5.3 Preispolitische Strategien	224
5.3.1 Preis-Mengen-Strategie, Preisbündelung, Target Pricing	224
5.3.2 Preisdifferenzierung	225
5.3.3 Yield-Management	228
Aufgaben	230
3 Preispolitik	165
3.1 Marktstrukturen bestimmen den Preis	166
3.2 Preisbildung und Gleichgewichtspreis	167
3.2.1 Preiselastizitäten	171
3.2.2 Kreuzpreis- und Einkommenselastizitäten	174
3.3 Preisbildung in verschiedenen Marktformen	175
3.3.1 Preisbildung im Oligopol	178
3.3.2 Das Modell der geknickten Nachfragekurve	179
3.4 Klassische Preisfindungsstrategien	180
Aufgaben	183
5.3.1 Preis-Mengen-Strategie, Preisbündelung, Target Pricing	224
5.3.2 Preisdifferenzierung	225
5.3.3 Yield-Management	228
Aufgaben	230
4 Analyse der Marktposition eines Unternehmens	188
4.1 Marktforschung	188
4.1.1 Marktforschungsformen	190
4.1.2 Methoden der Datenerhebung	192
Exkurs: Auswertung einer empirischen Befragung	193
4.2 Marktanalysen	198
4.2.1 Situationsanalyse und Umfeldanalyse	198
4.2.2 Branchenanalyse	199
5 Entwicklung einer Marketingstrategie	212
5.1 Kunden- und wettbewerbsbezogene Strategien	213
5.1.1 Marktsegmentierung	215
5.1.2 Marktfeldstrategien	218
5.2 Produktpolitische Strategien	221
5.2.1 Leistungsdiversifikation und -differenzierung	221
5.2.2 Präferenzstrategie und Simultanstrategie	223
5.3 Preispolitische Strategien	224
5.3.1 Preis-Mengen-Strategie, Preisbündelung, Target Pricing	224
5.3.2 Preisdifferenzierung	225
5.3.3 Yield-Management	228
Aufgaben	230
6 Eigene Leistungen bündeln und kalkulieren	232
6.1 Absicherung der Veranstalterrisiken	232
6.1.1 Verträge mit Beherbergungsbetrieben	232
6.1.2 Verträge mit Transportunternehmen	236
6.1.3 Dienstverträge im Tourismus	237
6.1.4 Formulierung Allgemeiner Geschäftsbedingungen (AGB)	239
6.2 Einholen von Angeboten und Preisen	242
6.2.1 Angebotsvergleich	242

6.2.2 Preiskalkulation und Muss-Faktoren im Angebotsvergleich.	244	Exkurs: Megatrends erfordern Strategieanpassungen.	245
		Aufgaben	246

Lernfeld 10

Eigenveranstaltungen vermarkten und auswerten 249

1 Kommunikationspolitik	250	4.3 Verkaufsförderungsmaßnahmen	292
1.1 Kommunikationsinstrumente	250	4.3.1 Sponsoring	294
1.2 Corporate Identity	252	4.3.2 Product Placement	295
1.2.1 Corporate Behaviour.	254	4.4 Online-Marketing	296
1.2.2 Corporate Design	255	4.4.1 E-Mail-Marketing	297
1.2.3 Corporate Communication.	257	4.4.2 Affiliate-Marketing	298
1.3 Elemente der Unternehmenskommunikation	258	4.4.3 Social Media-Marketing	298
1.3.1 Interne Kommunikation	258	Exkurs: Instagram Hashtags	303
1.3.2 Öffentlichkeitskommunikation/Public Relations.	259	Exkurs: Code of Conduct – Ehrenkodex für den Bereich Online-Marketing	304
1.4 Nachhaltige Kommunikationspolitik	261	Aufgaben	305
Aufgaben	263	5 Überwachung von Zahlungseingängen	306
2 Distributionswege	264	Aufgaben	308
2.1 Traditionelle Vertriebswege	266	6 Marketing-Controlling	309
2.1.1 Handelsvertreter Reisebüro	267	6.1 Erfolgsbewertungen	310
2.1.2 Reisebüroketten und -kooperationen	269	6.2 Messung der Werbe-wirksamkeit	311
2.1.3 Mischform Franchising.	271	6.3 Überprüfung der Kundenzufriedenheit	314
Aufgaben	273	6.3.1 Confirmation-/ Disconfirmation-Paradigma	315
3 Wettbewerbsrecht	274	6.3.2 Kano-Modell und Kano-Analyse	316
3.1 Unlautere Wettbewerbs-handlungen	276	6.4 Aktives Reklamations-management	320
3.2 Unlautere Werbung.	277	6.5 Erfolg unter den Kriterien der Nachhaltigkeit.	323
3.3 Pflicht zur Preisangabe	279	6.6 Ökonomische Erfolgskontrollen	326
3.4 Rechtsfolgen unlauterer Handlungen.	280	6.7 Einflussfaktoren auf zukünftige marktpolitische Entscheidungen.	328
Aufgaben	282	Aufgaben	331
4 Marketingkommunikation und Vermarktung	284		
4.1 Vom Werbebudget zum Werbeplan	285		
4.2 Direktmarketing	290		

Lernfeld 12

Unternehmerisches Handeln mitgestalten	333
1 Konjunkturseismograf	4
Reisebranche	334
1.1 Konjunktur	335
1.2 Konjunkturphasen.....	338
1.3 Konjunkturindikatoren	340
Aufgaben	346
2 Kundenbindung – Kunden- beziehung – Kundenwert ..	351
2.1 CRM: Der Kunde im Visier ..	351
Exkurs: Gesprächsleitfaden	356
2.2 Kundenbeziehungs- Lebenszyklus	362
2.3 Ermittlung des Kundenwertes	365
2.4 Kundenportfolio.....	370
2.5 Messung der Kundenzufriedenheit	371
2.6 Nachhaltige Kundenbindung	375
2.7 Beschwerdemanagement	381
2.7.1 Ziele des Beschwerde- managements	381
2.7.2 Beschwerdemanagement- Prozess	383
2.7.3 Beschwerdestimulierung	386
2.7.4 Beschwerdeannahme	387
Exkurs: Telefonieren mit Kunden	390
2.7.5 Beschwerdebearbeitung	392
2.7.6 Beschwerdeauswertung	394
2.7.7 Beschwerdecontrolling	395
Aufgaben	398
3 Prozesskostenrechnung	401
3.1 Tätigkeitsanalyse.....	404
3.2 Definition des Hauptprozesses	407
3.3 Ermittlung von Kostentreibern	408
3.4 Festlegung von Prozessmengen	410
3.5 Bestimmung der Prozesskosten.....	411
3.6 Ermittlung der Prozesskostensätze	414
Aufgaben	421
4 Chancen und Risiken einer Marke	424
4.1 Markengesetz – der juristische Hintergrund ..	424
4.2 Ökonomische Merkmale einer Marke	425
4.3 Markenstrategien der Reiseveranstalter	428
4.4 Markenzeichen	433
4.5 Markenkontrolle	434
Aufgaben	436
5 Servicequalität im Reisebüro	439
5.1 Qualitätsmanagement.....	440
5.2 Kundenorientierter Qualitätsbegriff	443
5.3 Qualitätsmessungen von Dienstleistungen	445
5.3.1 Fünf Dimensionen der Dienst- leistungsqualität	446
5.3.2 Erweiterung der Dimen- sionen	448
5.3.3 Abfrage und Bewertung	451
5.4 Qualitätskreislauf eines Reisebüros	453
5.5 Qualitätszertifikate	455
Aufgaben	459
6 Erlebnismarketing	461
6.1 Erlebnisse	462
6.2 Erlebnisinszinierung	466
6.3 Erlebnismodule	467
6.4 Customer-Experience am Pos	473
Aufgaben	482

Lernfeld 13

Projekte planen, durchführen und auswerten 485

1	Projektarbeit	486	3.2.1	Meilensteine	520
1.1	Projektmanagement	487	3.2.2	Gantt-Diagramm	521
1.2	Projektziele	490	3.3	Netzplan	523
1.3	Projektbeteiligte und Projektorgane	492	3.3.1	Vorgangsknoten	523
1.4	Projektorganisation	494	Exkurs: Anwendung der Netzplantechnik		
1.5	Projektdokumentation und -informationssystem	497	3.3.2	Netzplanpuffer	526
	Aufgaben	499	3.3.3	Kritischer Pfad	528
2	Projektvorphase	501	3.4	Kapazitätsplanung	530
2.1	Kreativitätstechniken/-methoden	502	3.5	Kostenplan	533
2.2	Projektinitialisierung und notwendige Dokumente	510	3.6	Risikomanagement und Planoptimierung	535
2.2.1	Projektantrag und Projektsteckbrief	511		Aufgaben	538
2.2.2	Projektauftrag	511	4	Projektdurchführung	540
2.2.3	Lastenheft und Pflichtenheft	512	4.1	Projektcontrolling	541
2.3	Projektstart	513	4.1.1	Meilenstein-Trend-Analyse	543
	Aufgaben	515	4.1.2	Kosten-Trend-Analyse	545
3	Projektplanung	516	4.1.3	Risikocontrolling	546
3.1	Projektstrukturplan	517	4.2	Projekt-Berichtswesen	548
3.1.1	Arbeitspakete	518	4.2.1	Projekt-Statusbericht	548
3.2	Projektablaufplan	520		Aufgaben	552
			5	Projektende und Projektabschlussbericht	553
				Aufgaben	555