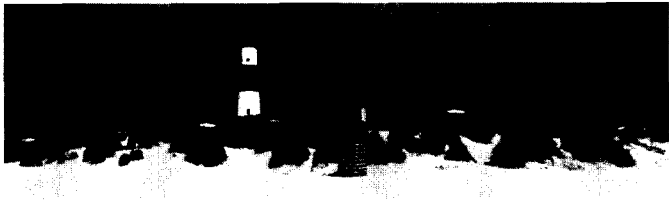


Axel Dreyer, Martin Linne

**Grundwissen
Tourismus-
marketing**

UVK Verlagsgesellschaft mbH · Konstanz
mit UVK/Lucius · München



Inhalt

An die Leserinnen und Leser!	5
1 Einführung in das Marketing	11
Grundlagen.....	11
Formen des Marketing	13
Vom normativen zum operativen Marketing.....	15
* Verständnisfragen.....	19
2 Tourismusmarketing als spezielles Dienstleistungsmarketing	21
Makroprozesse und Mikroprozesse	21
Anforderungen der Dienstleistungsmerkmale an das Tourismusmarketing	24
Besonderheiten des Tourismusangebots.....	26
Sonderrolle der Destination im Tourismusmarketing	27
* Verständnisfragen.....	29

3 Konsumentenverhalten und Reiseentscheidungen	31
Konsumprozesse im Tourismus	32
Typische Konsumententscheidungen.....	35
* Verständnisfragen.....	38
4 Marketinganalysen	39
Marketing-Managementprozess als Vorgehensweise	39
Methoden.....	41
* Verständnisfragen.....	46
5 Strategisches Marketing	49
Ausgewählte Strategien	50
* Verständnisfragen.....	55
6 Produktpolitik	57
Kundenzufriedenheit und Servicequalität als Basis der Produktpolitik.....	57
Gestaltung von Sach- und Dienstleistungen	59
Kernprodukt und Serviceniveau	61
Das Veranstalterprodukt.....	62
Die Destination als „Produkt“	63
* Verständnisfragen.....	65

7 Preis- und Konditionenpolitik	67
Ziele, Strategien, Methoden	67
Elemente der Preis- und Konditionenpolitik	68
Preisdifferenzierung	70
* Verständnisfragen.....	72
8 Vertriebspolitik	75
Vertriebswegegestaltung.....	76
* Verständnisfragen.....	79
9 Kommunikationspolitik	81
Kommunikationsinstrumente.....	82
Kommunikation und Vertrieb ergänzen sich	84
Kommunikationskonzept/Mediaselektion.....	85
* Verständnisfragen.....	87
10 Marketingkonzeption	89
Marketing-Controlling	91
* Verständnisfragen.....	94
Service	97
* Glossar.....	97
* Rätsel	101
Literaturtipps	103
Index	105