

Nicholas Adjouri | Tobias Büttner

# Marken auf Reisen

Erfolgsstrategien für Marken im Tourismus



# I Inhalt



Vorwort	5
---------	---

## Teil I

### Tourismus und Marken 1 1

1. Tourismus als entscheidende Größe der Volkswirtschaft	13
, Die Geschichte des Tourismus	13
Die Definition von Tourismus	14
Die wirtschaftliche Dimension des Tourismus	15
Weltweite Reisemärkte	17
Reiseweltmeister Deutschland	19
Reiseziel Deutschland	23
2. Die Tourismuswirtschaft	24
Reiseveranstalter^	25
Reisevermittlung	33
Luftverkehrsmarkt	47
Beherbergung	54
Kreuzfahrten	61
3. Das Wissen um die Marke	68
Marke ist Kommunikation	69
Die zwei Ebenen der Marke	IX
Der Aufbau einer Marke	91
Was ist eine Marke?	95
Die Marken-Checkliste	103
Der-Marken-Baum: Geschichte als Basis der Marke	106
Die Markenkategorien	108

## Teil II

### Fallbeispiele und Analysen aus der Praxis der Tourismusmarken 113

1. Destinationen und Marke	116
Das Fallbeispiel Berlin	117
Das Fallbeispiel Südafrika	154

2.	Integrierte Tourismuskonzernmarke_____	165
	Das Fallbeispiel Thomas Cook Group_____	165
3.	Tourismusmarke im stationären Vertrieb_____	175
	Das Fallbeispiel Lufthansa City Center_____;	175
4.	Tourismusmarke im Online-Vertrieb_____	178
	Das Fallbeispiel Expedia_____	178
5.	SpezialVeranstalter_____	181
	Das Fallbeispiel Studiosus Reisen_____	181
	Das Fallbeispiel Ameropa-Reisen_____	189
6.	Produktmarke im Tourismus_____	195
	Das Fallbeispiel Hurtigruten_____	195
7.	Markenmanagement bei Fluggesellschaften_____	199
	Das Fallbeispiel Thai Airways_____	199
	Das Fallbeispiel easyJet_____;	203
8.	Hotelmarke_____	209
	Das Fallbeispiel Maritim_____	209
9.	Kreuzfahrtmarken_____	216
	Das Fallbeispiel AIDA Cruises_____	216
	Das Fallbeispiel Hapag-Lloyd Kreuzfahrten_____	221

## Teil IM

### Leitfaden für Markenstrategien im Tourismus

229

1.	Leitfaden für Markenstrategien im Tourismus_____	231
	Vorgehensweise beim Aufbausowie beim Ausbau einer Marke_____	232
	Der erste Schritt: Die Analyse_____	234
	Der zweite Schritt: Die Strategie_____	236
	Der dritte Schritt: Die Umsetzung_____	243
2.	Trends und Ausblick - Die Zukunft des Tourismus_____	265
	Tourismuskonsum der Zukunft_____	265
	Tourismus für die neuen Alten_____	267
	Die Zukunft der Kreuzfahrt_____	268
	Die Zukunft des Reisevertriebs_____	268

Anmerkungen	277
Literatur	279
Die Autoren	281