

Oliver Becker, Wolfram Goslich, Gabriele Müller

Bus- und Gruppenreisen

Marktchancen, Produkte, Erfolgsfaktoren



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Der Markt der Busreiseveranstalter oder: Anything goes <i>von Lutz Gerritzen</i>	11
1. Bus- und Gruppenreisen: Der Markt und die Produkte.....	15
1.1 Der Markt	16
1.2 Die Kunden	18
1.3 Die Produkte	21
1.4 Das Marketing.....	27
1.4.1 Marketingstrategien.....	27
1.4.2 Marketinginstrumente.....	29
1.5 Der Vertrieb.....	34
Exkurs: Zielgruppe Senioren	39
Exkurs: Zielgruppe Jugendliche	43
2. Reiseziele erfolgreich vermarkten: Beispiele aus der Praxis.....	47
Marketing: Die Kunst, Mythen zu vermarkten und sich selbst zu finden <i>von Jörg Berghoff und Manuela Geiger</i>	48
Unvergessliche Momente	48
Informations-Pool	50
Erfahrungen am lebenden Objekt	51
Entscheider gewünscht	53
Fun-Parks für jeden	54
Klassiker und Newcomer: Amsterdam und Ingolstadt <i>von Stephan Brummet</i>	56
Stuttgart hat immer Saison <i>von Karin Storz</i>	62
Die Organisation: Stuttgart-Marketing – Alles unter einem Dach	63
Die Vermarktung: Stuttgart wirbt weltweit	65
Das Beispiel: Der Stuttgarter Weihnachtsmarkt	65
Die Busparkplätze: Das Meisterstück im SI-Erlebnis-Centrum	67
Die Perspektiven: Die FIFA WM 2006 in Stuttgart	68
Westerstede: Das Erlebnis ist das Ziel <i>Interview Oliver Becker mit Inga Benavidez</i>	70

3. Partner und Produkte.....	77
Der Paketer als Partner der Bustouristik <i>von Karin Urban</i>	78
Destination und Partner des Jahres: Ideenwettbewerbe als Ansporn und Inspiration <i>von Jörg Spoede</i>	83
Idee und Intention	83
Unabhängigkeit und Verfahrensweise	83
Kriterien und Anspruch	84
Nutzen für den Preisträger	84
Herausragende Preisträger der vergangenen Jahre	85
Entwicklung des Wettbewerbs und weitere Aussichten.....	86
Bisherige Preisträger	87
Kleines, feines Hotel auf dem Land sucht Busreiseveranstalter <i>Interview Oliver Becker mit Georg Niemeyer</i>	89
Exkurs: Vereine – eine unterschätzte Zielgruppe?.....	94
Welche Vereine gibt es?	94
Was unterscheidet Vereine von anderen Reisegruppen?.....	95
Was ist zu beachten, wenn man Reisen für Vereine organisieren will?	95
Wie erreicht man Vereine?	96
Service.....	99
Fachzeitschriften (Auswahl)	99
Verbände (Auswahl).....	101
Hersteller (Auswahl)	106
Paketreiseveranstalter (Auswahl)	108
Veranstaltungen/Messen (Auswahl)	112
Autorenportraits	115
Bildnachweis.....	120
Stichwortverzeichnis.....	121