

3. Herausforderungen der Tourismuswirtschaft und des Tourismusmarketings

Die Hauptherausforderung für den Erfolg eines touristischen Dienstleisters liegt in der Vielschichtigkeit und Heterogenität der Leistung. Für einen Kunden besteht das „Produkt“ Reise aus vielen unterschiedlichen Teilleistungen (vergl. Abbildung 18), die erst zusammengenommen bzw. in einem reibungslos ablaufenden Prozess den Erfolg einer Reise bestimmen. Zwar sind viele touristische Dienstleister (z.B. einzelne Leistungsträger) häufig nur für eine bestimmte Teilleistung verantwortlich, dennoch hängt die Gesamtbewertung der Kunden auch von den anderen Rahmenbedingungen bzw. Teilleistungen der Reise ab.



Abbildung 18: Einheitliche Touristische Leistung aus Kundensicht

Im Grunde fängt der Erfolg oder Misserfolg aus Kundensicht schon bei der richtigen und verständlichen Information in Katalogen, Broschüren, Prospekten oder Internethomepages an (vergl. Abbildung 18). Gibt es geschönte Beschreibungen und geschickte Fotografien steigt die Erwartungshaltung der Reisewilligen, die vielleicht sogar durch übertriebene Schilderungen der Reiseberater noch verstärkt werden können. Schnelligkeit und Korrektheit der Buchung und Reisebestätigung sind genauso wichtig, wie eine kundenspezifische und flexible Beratung. Reiseunterlagen, Zahlungsmodalitäten und -arten können ebenfalls schon zu einem positiven Reiseerlebnis beitragen, wie eine ehrliche und ausführliche Aufklärung über Reiserisiken und deren Versicherung bzw. Vermeidung (z.B. im Zielgebiet).