

Robin Roskopf

**Die Auswirkungen von Dynamic Packaging
auf das Reiseveranstaltergeschäft. Eine
Analyse unter Berücksichtigung der
touristischen Wertschöpfungskette**

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2015 GRIN Verlag GmbH
ISBN: 978-3-656-98400-9

Robin Roskopf

Die Auswirkungen von Dynamic Packaging auf das Reiseveranstaltergeschäft. Eine Analyse unter Berücksichtigung der touristischen Wertschöpfungskette

Examicus - Verlag für akademische Texte

Der Examicus Verlag mit Sitz in München hat sich auf die Veröffentlichung akademischer Texte spezialisiert.

Die Verlagswebseite www.examicus.de ist für Studenten, Hochschullehrer und andere Akademiker die ideale Plattform, ihre Fachtexte, Studienarbeiten, Abschlussarbeiten oder Dissertationen einem breiten Publikum zu präsentieren.

BACHELORARBEIT

Herr

Robin Rosskopf

Die Auswirkungen von Dynamic Packaging auf das Reiseveranstaltergeschäft

**Eine Analyse unter besonderer
Berücksichtigung der touristischen
Wertschöpfungskette**

2015

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Rosskopf, Robin

Thema der Bachelorarbeit:

Die Auswirkungen von Dynamic Packaging auf das Reiseveranstaltergeschäft – Eine Analyse unter besonderer Berücksichtigung der touristischen Wertschöpfungskette.

Topic of thesis:

The impacts of Dynamic Packaging on the tour operator business – An analysis with special consideration of the tourism value chain.

55 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Abstract

Die Reiseerstellung mittels Dynamic Packaging (DP) gilt als innovative Angebotsform, die seit ihrer Entstehung die Vertriebs- und Angebotsstrukturen der Tourismuswirtschaft, nachhaltig geprägt hat. In dieser Arbeit wird untersucht, wie sich DP auf den Reiseveranstalter auswirkt, der als Produzent und Anbieter eine zentrale Rolle innerhalb des touristischen Wertschöpfungsvorgangs spielt. Es wird sich der Frage gewidmet, welche Erfolgspotenziale für ihn durch DP eventuell zu realisieren sind, und wie genau DP die Art und Weise der Zusammenarbeit zwischen dem Reiseveranstalter und seinen vor- und nachgelagerten Partner beeinflusst. Welche positiven oder negativen Effekte ergeben sich dabei für die Beteiligten, inklusive der Reisenden? Und wie wirkt sich dies wohl auf die generelle Zukunft von Veranstalterreisen aus?

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Die touristische Wertschöpfungskette und ihre Komponenten	3
2.1 Erläuterung zu Reiseveranstaltern und Reisemittlern	3
2.2 Der Wertschöpfungsvorgang bei klassischen Pauschalreisen	7
2.3 Informations- und Kommunikationstechnologien	10
2.3.1 Computergestützte Reservierungssysteme	10
2.3.2 Das Internet als Vertriebsweg	12
3 Dynamic Packaging als innovative Angebotsform	16
3.1 Touristische Nachfrage im Wandel	16
3.2 Definition und Abgrenzung zu bisherigen Angebotsformen	18
3.3 Technische Aspekte	21
3.4 Praxisbeispiel anhand eines deutschen Reiseveranstalters	25
4 Auswirkungen für Reiseveranstalter im Bereich Business-to-Business	27
4.1 Wettbewerbsvorteile durch Kostensenkung	27
4.1.1 Einkauf fremder Leistungen	27
4.1.2 Revenue Management Potenziale	29
4.1.3 Möglichkeiten zur Prozessoptimierung	32
4.2 Von der Intermediation zur Disintermediation	34
5 Auswirkungen für Reiseveranstalter im Bereich Business-to-Customer	37
5.1 Nutzen für den Endkunden	37
5.1.1 Individualitätsaspekte	38
5.1.2 Preisliche Anreize	40
5.2 Potenziale zur Datengewinnung und Kundenbindung	42
5.2.1 Data-Mining, Online-Profiling und Co.	42
5.2.1 Customer Relationship Management	45
6 Schlussbetrachtungen	48
Literaturverzeichnis	VI
Anhang	XII