



Travel College für Touristik

Fernkurs

Touristik-Fachkraft

Musterlektion
Lernpaket 1

A Tourismuslehre

B Reiseländer

C Geographie



Travel College für Touristik

Überarbeitete, aktualisierte und ergänzte Auflage 2011

Alle Informationen stammen aus zuverlässigen Quellen und wurden sorgfältig geprüft. Für ihre Vollständigkeit und Richtigkeit können wir jedoch keine Haftung übernehmen.

© Alle Rechte des Nachdrucks oder der Übersetzung vorbehalten, auch auszugsweise.

Travel College für Touristik
Nanette Hoyler
Kleinwaldstr. 28, D-76327 Pfinztal
www.travel-college.de



Travel College für Touristik

Lernpaket 1

A Tourismuslehre



Tourismuslehre

1	Vorwort und Lernziele	4
1.1	Vorwort	4
1.2	Lernziele	5
2	Aus der Geschichte des Tourismus.....	6
2.1	Einleitung	6
2.2	Die touristische Vorphase	6
2.3	Die Anfangsphase des Tourismus ab 1850.....	6
2.4	Der moderne Tourismus ab 1914.....	8
2.5	Die touristische Hochphase ab 1945	8
2.6	Tourismus heute und morgen	10
1	Bevölkerungsentwicklung	10
2	Verkehrsmittel und Mobilität	11
3	Einkommen und Freizeit.....	12
4	Kommunikation/Medien.....	13
5	Umwelt	13
6	Offene Grenzen	15
3	Grundbegriffe der Touristik	16
3.1	Die Leistungsanbieter	17
1	Vermittlungs- und Förderungsbetriebe.....	18
2	Verkehrsträger	18
3	Beherbergungsindustrie.....	18
4	Verpflegungsbetriebe	18
5	Autovermietungen	19
6	Reiseversicherungen.....	19
7	Fremdenverkehrsorganisationen.....	19
8	Nebenbetriebe	19
9	Management von Kundenbeziehungen	20
10	Das Leistungspaket.....	21

4	Tourismus und Wirtschaft.....	22
4.1	Begriffe und Kennzahlen	23
1	Kurzreise.....	23
2	Reise	23
3	Reiseintensität	23
4	Reisehäufigkeit.....	24
5	Reisedauer.....	24
6	Anzahl Urlaubsreisen.....	24
4.2	Urlaubsziele	25
1	Reiseziele im Inland und europäischen Ausland	25
2	Außereuropäische Ziele und Fernreiseziele	25
3	Urlaubsziele im In- und Ausland (tabellarisch)	26
4.3	Politische/weltwirtschaftliche Situationen	27
4.4	Die Tourismusbranche als Arbeitgeber	29
1	Beschäftigung	29
2	Devisen	29
3	Die Leistungsanbieter als Arbeitgeber.....	30
5	Reisemotive und Urlaubertypen.....	31
5.1	Das Bedürfnis nach Urlaub.....	32
5.2	Motivation für Urlaub	33
5.3	Urlaubertypen	34
6	Reisen: Zweck, Verhalten, Form, Art	36
6.1	Reisezweck – WARUM?.....	36
1	Urlaubsreisen.....	36
2	Geschäftsreisen	37
3	Kurreisen	37
6.2	Reiseverhalten – WIE?	37
1	Massentourismus	37
2	Individualtourismus.....	38
3	Sozialtourismus.....	38
4	Luxustourismus	38
6.3	Reiseformen – WELCHE?	38
1	Individualreisen.....	38
2	Ausflugsfahrten/Kurzurlaub	39

3	Pauschal-/Bausteinreisen	39
4	Sonderfahrten.....	40
6.4	Reisearten – WOHIN?	41
1	Zielortreise	41
2	Rundreisen.....	42
3	Formen/Arten/Ausprägungen der Rundreise	43
7	Chancen + Aufgaben in der Touristik I.....	46
7.1	Reiseleiter, Partner der Gäste	47
7.2	Der Ortsreiseleiter.....	49
1	Ankunft der Gäste	50
2	Das Begrüßungs- und Informationsgespräch	50
3	Die Urlaubsgestaltung	51
4	Abreise.....	52
5	Wichtige Hilfsmittel der Reiseleiter.....	52
7.3	Der Rundreiseleiter.....	54
1	Besondere Voraussetzungen für Rundreiseleiter	54
2	Die Reisevorbereitung.....	54
3	Vollständige Reiseunterlagen	55
4	Vor Beginn der Reise	56
5	Begrüßungsansprache.....	56
6	Unterwegs.....	57
7	Ankunft im Hotel	57
7.4	Reiseleiter und Reklamationen.....	58
1	Allgemeine Regeln.....	58
2	Gastbedingte Reklamationen.....	59
8	Zusammenfassung + Ausblick	61
9	Quellen + Literaturhinweise	62

1 VORWORT UND LERNZIELE

1.1 Vorwort

Sie halten Ihr erstes Lernpaket in den Händen und werden mit diesem Kapitel der Tourismuslehre einen Einblick in die Geschichte des Tourismus erhalten. Dieser hat sich von seinen Anfängen bis heute mehrfach verändert. Und er bleibt auch weiterhin einem ständigen Wandel unterworfen.

Sie lernen die Grundbegriffe des Tourismus kennen, anhand derer Sie die Zusammenhänge von Tourismus und Wirtschaft mit Interesse lesen und verstehen werden.

Weiter gehen wir den Fragen nach, welche Reisemotive Urlauber haben und was überhaupt Sinn und Zweck von Reisen sind.

Ein letzter Punkt dieser Lektion wird der Blick in den touristischen Beruf des Reiseleiters sein - seine Aufgaben, Herausforderungen und Möglichkeiten.

Freuen Sie sich auf ein abwechslungsreiches erstes Kapitel.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg!

Ihr Travel College-Team

1.2 Lernziele

Folgende Lernziele haben Sie nach Bearbeitung dieser Lektion erreicht und können zu den folgenden Punkten Auskunft geben:

Lernziele

- Geschichtliche Entwicklung des Tourismus, welche Phasen wurden durchlaufen
- Grundbegriffe des Tourismus, welche Leistungsanbieter gibt es
- Begriffe, Kennzahlen und deren Aussagen
- Politische und weltwirtschaftliche Auswirkungen des Tourismus
- Reisemotive der verschiedenen Urlaubertypen: ihre Gründe, der Zweck der Reisen und die verschiedenen Reisearten
- Berufsbild des Reiseleiters, Aufgaben und Herausforderungen des Berufes

2 AUS DER GESCHICHTE DES TOURISMUS

2.1 Einleitung

Genau so wie der Tourismus zur heutigen Zeit ein selbstverständlicher Bestandteil des Lebens ist, sei es für den Reisenden oder für den Bürger eines bereisten Landes, war er es auch in den verschiedenen Phasen, welche der Tourismus in seinen jeweiligen Entwicklungsformen durchlaufen hat.

2.2 Die touristische Vorphase

Fremdenverkehr ist keine Erfindung der Neuzeit. Schon zu Zeiten der Pharaonen gab es Badehotels an der ägyptischen Küste. Die Griechen hatten ihre Hotellerie für die Olympischen Spiele und die Römer ein ausgezeichnetes Verkehrsnetz, um in alle Winkel ihres Weltreiches zu gelangen.

Freilich hatte die damalige Art des Reisens mit unseren Urlaubsreisen noch nichts gemein. Es wurden nur wenige Vergnügungsreisen unternommen. **Entdeckergeist**, mehr aber noch die Hoffnung auf Geschäfte und **Eroberungslust** trieben die frühen Reisenden in die Ferne. Die Verkehrsmittel waren langsam und unbequem, die Übernachtungsmöglichkeiten dünn gesät und ohne Komfort, Überfälle an der Tagesordnung.

2.3 Die Anfangsphase des Tourismus ab 1850

Erst mit der Einführung regelmäßiger Kurier- und Postdienste bekam der Fremdenverkehr in Europa touristische Züge. Reisen zur **Sommerfrische** an die See und in die Berge oder der **Kuraufenthalt** in einem Bad begannen für die **gehobene Gesellschaft** Mode zu werden.

Die Eisenbahn verändert die Welt des Reisens!

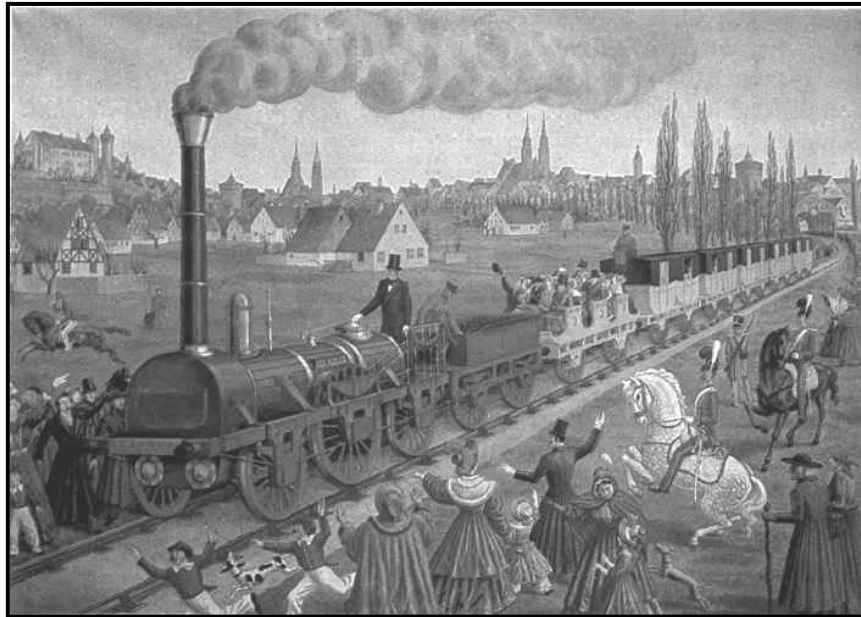


Abbildung 1: Erste deutsche Eisenbahnlinie Nürnberg/Fürth 1835;
Quelle: Peter Alter, *Geschichte und Geschehen III*, Klett Verlag

Die Eisenbahn, das erste echte **Verkehrsmittel für die Massen**, ermöglichte dann wesentlich mehr Menschen, in deutlich kürzerer Zeit und zu günstigeren Preisen nahe und fernere Ziele zu erreichen.

Von den Möglichkeiten des Bahnreisens fasziniert, erfand der Engländer **Thomas Cook** die **organisierte Gesellschaftsreise**: Bereits 1841 veranstaltete er für über 500 Teilnehmer eine Sonderfahrt mit der Bahn auf der Strecke Leicester-Loughborough. Auf seine Initiative hin führte die Eisenbahngesellschaft eine günstigere **Touristenklasse** neben der bisherigen **Einheitsklasse** ein. Cook organisierte nicht nur regelmäßig Sonderfahrten mit der Bahn, sondern kümmerte sich bald auch um die Vermittlung von Unterkünften und Verpflegung sowie um die Betreuung durch Reiseleiter für die Teilnehmer. Die Gesellschaftsreise heutiger Prägung hatte begonnen.

2.4 Der moderne Tourismus ab 1914

Die Entwicklungsphase des modernen Tourismus begann Anfang des 20. Jahrhunderts. **Freie Sonn- und Feiertage** wurden eingeführt und die Gewerkschaft setzte einige freie Arbeitstage im Jahr durch. Jetzt konnten sich auch Personen der Unterschicht **Tages- oder Wochenendausflüge** leisten. Mit dem Ersten Weltkrieg kam die Entwicklung des Tourismus für viele Jahre völlig zum Erliegen. Die Nationalsozialisten förderten um 1930 durch einen längeren Jahresurlaub einen staatlich organisierten Massentourismus. Der Beginn des Zweiten Weltkrieges stoppte jedoch diese Entwicklung abrupt.

Es war also noch ein weiter Weg zum modernen (Massen)-Tourismus: Erst nach dem zweiten Weltkrieg war die Zeit reif dafür - als nach harten Aufbaujahren die Wirtschaft blühte und die Freizeit einen höheren Stellenwert bekam.

2.5 Die touristische Hochphase ab 1945

Die Nachkriegszeit war der Start für die Hochphase des Tourismus. Gründe hierfür waren:

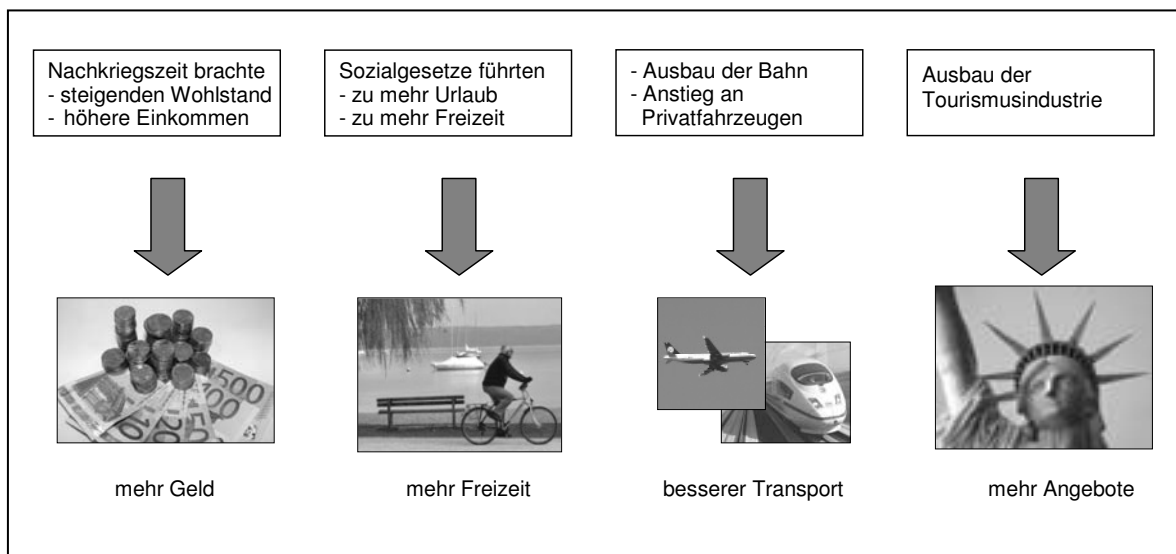


Abbildung 2: Gründe der Hochphase des Tourismus

1955 wurde die **erste deutsche Charterfluggesellschaft** (Deutsche Flugdienst GmbH, heute Condor) gegründet und Touropa bot erstmals Flugreisen nach Mallorca, Teneriffa und Ägypten an.

1967 entstand die TUI Touristik Union International durch Zusammenschluss von Hummel, Scharnow, Touropa und Dr. Tigges. Auch die Gründung von Neckermann und Reisen (NUR) sowie Quelle-Reisen fällt in diese Zeit.

Auto und Flugzeug sorgten für nahezu unbegrenzte Mobilität und machten damit den modernen Tourismus möglich. Die Touristikwirtschaft erschloss immer neue Zielgebiete. Urlaub und Reisen wurden zum festen Bestandteil in der Lebensvorstellung der Menschen.



Abbildung 3: Anzeigen Urlaubsangebote 1958;
Quelle: „Unser Jahrhundert im Bild“, Bertelsmann Verlag, 1964

2.6 Tourismus heute und morgen

Kennzeichen des Tourismus ist ein starker **Verdrängungswettbewerb** unter den touristischen Anbietern. Trotz allem wird sich die Tourismusindustrie auch in den nächsten Jahren weiterentwickeln und dabei auf folgende Herausforderungen treffen:

1 Bevölkerungsentwicklung

Industrieländer

Die Bevölkerungsentwicklung in den Industrieländern unterscheidet sich grundsätzlich von der in den Entwicklungsländern. In den Industrieländern wird vor allem das Verhältnis von jungen zu älteren Menschen betrachtet.

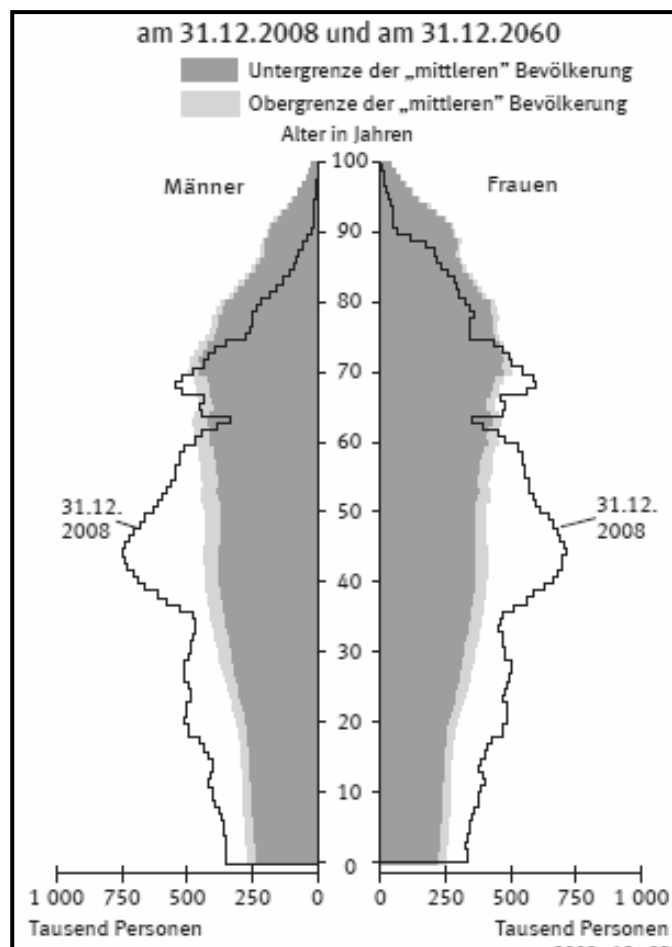


Abbildung 4: Statistisches Bundesamt; Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland 2008 und 2060; Quelle: www.destatis.de, 2011

Die Zahl der Rentner und Pensionäre erhöht sich in den nächsten Jahren. Diese erfreuen sich i.d.R. einer besseren Gesundheit und längeren Lebenserwartung als die vorherige Rentnergeneration. Zudem besitzen sie einen größeren Unternehmungsgeist.

Dadurch verändert sich die Nachfrage an das touristische Angebot: Stärker nachgefragt werden z. B. Wellnessreisen, Studienreisen oder Kreuzfahrten.

Die **Umkehr der Bevölkerungspyramide**, d.h. mehr alte als junge Menschen, wird in der Zukunft zu einer problematischen Versorgung in den Bereichen Soziales, Medizin und Finanzen führen.

Entwicklungsländer

Bei den Entwicklungsländern wird auf das **gesamte Bevölkerungswachstum** geblickt, das meist rapide zunimmt. Dabei sind jedoch Ressourcen wie Nahrung und Wasser oft schon heute knapp. Naturkatastrophen wie Dürre, Flut und Erdbeben sowie Krankheiten wie AIDS oder auch Bürgerkriege verlangsamen bzw. verhindern zudem die Entwicklung dieser Länder.

In vielen Entwicklungsländern ist der Tourismus die Haupteinnahmequelle und damit ein Hoffnungsträger für die Zukunft des Landes. Jedoch kommt es auch hier zu negativen Entwicklungen, die wiederum zu einer Ausbeutung der Bevölkerung oder der Natur führen (siehe auch Punkt 5: Umwelt).

2 Verkehrsmittel und Mobilität

Reisen wird schneller, billiger und immer komfortabler. Vor allem die Anzahl der privaten PKWs hat einen enormen Anstieg des Verkehrs und damit auch des Urlaubsverkehrs verursacht. Heute wird fast jede zweite Urlaubsreise mit dem PKW oder Wohnmobil angetreten.





Der Einsatz von Großraumflugzeugen und die Angebote von Charterflugreisen haben den so genannten Massentourismus erst ermöglicht. So folgt das Flugzeug an zweiter Stelle der benutzten Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen und liegt bei deutlich über 30%.

Die Bahn liegt trotz ihrer modernen Züge wie dem ICE weiterhin hinter dem Verkehrsmittel Bus an vierter Stelle.

Verkehrsmittel	2000	2009	2010* ¹
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100%	62,2	64,8	69,5
PKW/Wohnmobil	49,2	47,9	47,7
Flugzeug	34,5	35,8	36,9
Bus	9,1	8,6	8,0
Bahn	5,8	5,2	4,8
RA 2011: Urlaubsreiseverhalten 2010; Quelle: RA 2011, F.U.R.; Alle Urlaubsreisen = 100 %			

Tabelle 1: F.U.R.; Reiseanalyse 2011

Das Schiff wird heute als Übersee-Beförderungsmittel für Fernreisende nicht mehr genutzt und wird nun anders eingesetzt. Es ist eher ein schwimmendes Hotel und dient als Freizeit- und Vergnügungszentrum auf Kreuzfahrten. Weiterhin gefragt sind Fährschiffe, die ein Übersetzen der Reisenden von einem Land/Ufer zum anderen mit oder ohne eigenen PKW, Wohnmobil oder Motorrad ermöglichen.

3 Einkommen und Freizeit



Im Gegensatz zu vielen anderen Industrien hat der Tourismus im Großen und Ganzen kein Marktsättigungsproblem. Zudem erschließen immer neue Zielgebiete und Urlaubsformen (wie z.B. Cluburlaub, Sportreisen, Wellnessreisen) regelmäßig neue Zielgruppen und Marktchancen.

Hinzu kommt die Aussicht auf zunehmend flexiblere Arbeitszeit- und Urlaubsregelungen, die in Zukunft eher noch mehr Zeit zum Reisen bieten werden.

¹ FUR 2010*: Erweiterung der Grundgesamtheit der RA 2011: Ab nicht nur die Deutschen ab 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland (knapp 65 Mio. Menschen), sondern alle deutschsprachigen Personen in Privathaushalten in Deutschland (gut 70 Mio. Menschen). Dadurch differenziertere Beobachtung und Analyse der Deutschen und der in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer, ein wichtiges Segment der potenziellen touristischen Nachfrage aus dem deutschen Quellmarkt.

4 Kommunikation/Medien



Durch die immer stärkere Präsenz der Medien wird der Informationsstand zum Thema Reisen und das Interesse an fremden Ländern weiter steigen. Die vielfältigen Informationsquellen per Telefon, Fax, Zeitung, Rundfunk, Fernsehen und vor allem Internet führen zu einer enormen Erleichterung und Zeitersparnis bei der Informationsbeschaffung, Planung und Durchführung von Reisen.

Reisende können sich in Magazinen, im Fernsehen, im World Wide Web oder per Video über ein Urlaubsland informieren und direkt im Reisebüro oder persönlich im Internet buchen, ohne viel Zeit oder Buchungsaufwand investieren zu müssen. Die Antwortzeiten auf eine Anfrage im Reisebüro oder via Internet sind kurz, die Buchung wird sofort ausgeführt. Moderne Zahlungsmittel wie Kreditkarte, Online-Überweisung oder auch Bargeld ermöglichen den sofortigen vollständigen Abschluss einer Reisebuchung.

5 Umwelt



Intensiver Fremdenverkehr bis hin zum Massentourismus führt oft zu einem massiven Eingriff in die Umgebung und Umwelt von Reisegebieten.

So z. B.:

- **Belästigung** durch Lärm, meist Verkehrslärm
- **Verschmutzung** von Boden, Luft und Wasser
- **Veränderung** des Landschaftsbildes bis hin zur Zerstörung
- **Zerstörung** traditioneller Kulturlandschaften
- **Verlust** der Identität der Bevölkerung

Das heißt: Feriengebiete müssen ökologisch behutsamer und in einer neuen Qualität erschlossen bzw. angepasst werden. Aus den Fehlern, die zu Beginn des Massentourismus gemacht wurden, wird mehr und mehr gelernt. Auch die Reisenden, Fremdenverkehrsregionen und Unternehmen verändern ihre

Einstellung und lehnen den radikalen rücksichtslosen Tourismus ab. Es findet eine Verschiebung hin zu einem so genannten **Sanften Tourismus** statt. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass er sich im Gleichgewicht mit der natürlichen Umwelt und den Lebensbedingungen der einheimischen Bevölkerung befindet. Konkret kann dies bedeuten: Kein Bau von überdimensionalen Hotelkomplexen, keine Abwässer ungeklärt ins Meer, Verbot von Motorbooten auf Binnenseen, Ausbau von Naturschutzgebieten und vieles mehr.

Touristen sind Personen „die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes reisen und sich dort für nicht mehr als ein Jahr aufhalten aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am besuchten Ort verbunden sind.“

Abbildung 5: siehe Kapitel 3 – Grundbegriffe des Tourismus

Wenn wir diese Aspekte des Tourismus betrachten, muss die positive Entwicklung dieser Länder auch Ziel des Tourismus sein. So genannte Urlaubsparadiese, die inmitten tiefster Armut und Not liegen oder in denen eine Ausbeutung durch den Tourismus erfolgt, sollten auf Dauer nicht bestehen. Hier müssen sowohl der **Reisende** als auch der **Reiseanbieter verantwortlich handeln**. Die Information über ein Reiseland mit seinen länderspezifischen Problemen sowie der Respekt vor der Bevölkerung ist Pflicht des Reisenden.

Gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern

Ihr Urlaub mit Dertour soll zur schönsten Zeit des Jahres werden, das ist unser Anspruch und unser Bestreben. Sie und wir wissen jedoch auch um die Schattenseiten, die der Tourismus gerade in fernen Ländern mit sich bringen kann, Kinderprostitution ist sicherlich eine der schlimmsten. Dertour setzt sich deshalb als Mitglied des Deutschen Reisebüro- und Veranstalter Verbandes (DRV) gemeinsam mit ECPAT-Deutschland aktiv und nachhaltig für die Kinderrechte und gegen die sexuelle Ausbeutung ein. Die DERTOUR-Vertragshotels werden von uns angehalten, keine Kinderprostitution zu dulden.

Abbildung 6: Bsp. DERTOUR Engagement; www.dertour.de, 2011

Weitere Informationen zu ECPAT Deutschland (Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung) lesen Sie in Lernpaket 3 – Neues Denken im Tourismus.

6 Offene Grenzen

Erst durch offene Grenzen und weltweite Zusammenarbeit entwickelte sich eine Reisefreiheit, wie wir sie heute kennen. Zudem entstehen durch den Wirtschaftszweig Tourismus eine Vielzahl von Arbeitsplätzen. Daher wird weltweit eine Tourismuspolitik verfolgt, die der Branche ein langfristiges Wachstum sichern soll.

Beispiele für Europa:

Jahr	Aktion
1993	wurde der Europäische Binnenmarkt geschaffen: Waren-, Dienstleistungs-, Kapital- und Personenverkehr können hier völlig frei fließen.
1995	trat das Schengener Abkommen in Kraft: Zwischen den Teilnehmerländern des Abkommens finden keine Personenkontrollen an der Grenze mehr statt.
2002	wurde der EURO eingeführt: Dieser erleichtert Reisenden innerhalb der EURO-Länder den finanziellen Teil der Reise.
bis heute	Aufnahme weiterer osteuropäischer Länder in die EU.

Tabelle 2: Offene Grenzen, Jahreszahlen

Nach und nach liberalisieren sich auch in vielen weiteren Ländern auf der ganzen Welt die Einreisebestimmungen.

3 GRUNDBEGRIFFE DER TOURISTIK

Tourismus und Touristik beinhalten als globale Sammelbegriffe alle Spielarten des Reisens, des Fremdenverkehrs und der Fremdenverkehrswirtschaft. Touristik umfasst sowohl die Tätigkeit des Reisens als auch den Aufenthalt am Zielort.

Touristen sind Personen, „die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes reisen und sich dort für nicht mehr als ein Jahr aufhalten aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am besuchten Ort verbunden sind.“

Abbildung 7: Definition des Tourismus; Quelle: WTO Welttourismusorganisation

Als Folge des Massentourismus hat der Tourist in den Augen der jeweils Einheimischen oft eine eher abschätzigere Wortbedeutung erlangt. Nennen wir ihn daher, wertneutral und exakt definiert, lieber Reisenden oder Urlauber.

Tourismus ist Dienstleistung!

Jeder Reisende ist auf touristische Dienstleistungen angewiesen. Selbst wenn er zu Fuß wandert, braucht er einen Gasthof zum Übernachten, Wanderwege, die ihm die Schönheit der Landschaft erschließen und Wegweiser, die ihn ans Ziel führen.

Das touristische Produkt ist also ein **Dienstleistungsbündel**, an dem eine Reihe von **Leistungsanbietern** beteiligt ist.

3.1 Die Leistungsanbieter

Beim touristischen Produkt für einen Reisenden, der seinen Urlaub z.B. am sonnigen Strand des Mittelmeeres genießen will, ist ein umfangreiches Bündel an Leistungen erforderlich:

- **Reisebüro** und **Reiseveranstalter** informieren, reservieren und organisieren
- die **Fluggesellschaft, Bahn, Bus** etc. sorgen für den Hin- und Rücktransport oder der Reisende fährt im eigenen Auto
- das **Hotel** stellt Zimmer und Service bereit
- der **Zielort** sorgt für einen schönen Strand, präsentiert seine Sehenswürdigkeiten, bietet Gastronomie, Einkaufsmöglichkeiten und Unterhaltung.

Daraus abgeleitet lässt sich das touristische Produkt ganz allgemein in **fünf Elemente** gliedern:

- **Materielle** Leistungen
- **Immaterielle** Leistungen
- **Transportleistungen**
- **Natürliche** und **landschaftliche** Faktoren
- **Kulturelle** und **wirtschaftliche** Faktoren

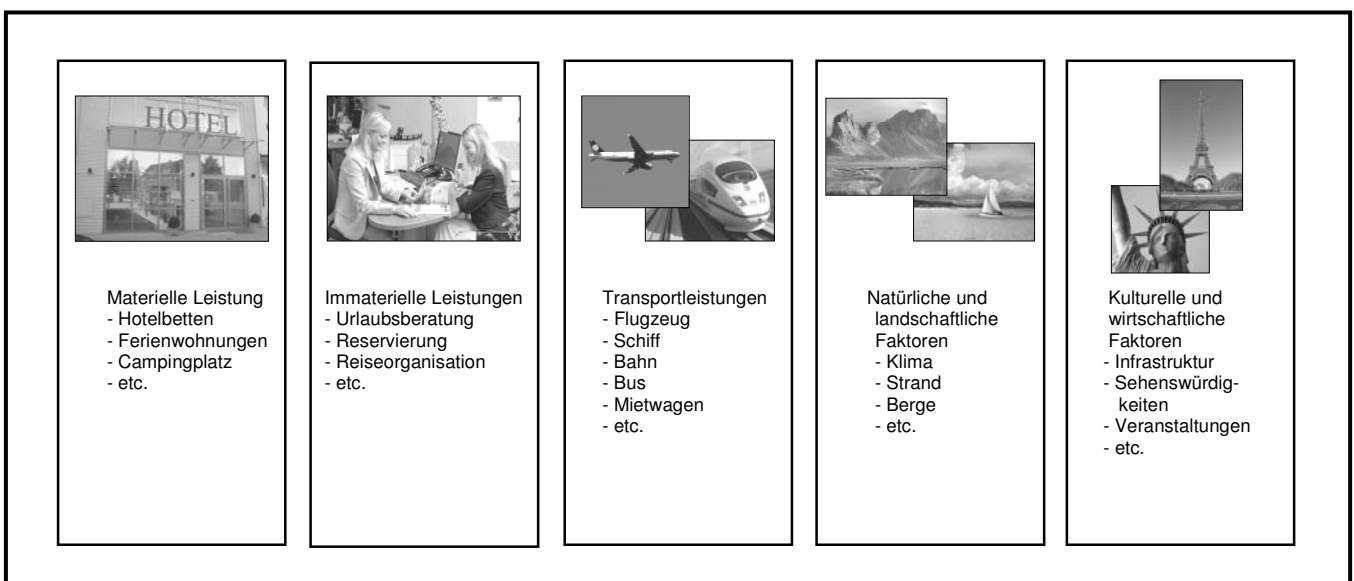


Abbildung 8: Die 5 Elemente des touristischen Produkts

Die Bereitstellung dieser Leistungen für den Fremdenverkehr erfolgt also durch die **Leistungsanbieter**. Nachfolgend erhalten Sie einen Überblick über alle Einzelbetriebe, die am touristischen Gesamtprodukt mitwirken:

1 Vermittlungs- und Förderungsbetriebe

(mehr dazu in Lernpaket 2)

- Reisebüros, Reisevermittler
- Reiseveranstalter
- Verkehrs- und Kurvereine

2 Verkehrsträger

(mehr dazu in den Lernpaketen 6, 7 und 9)

- Bahn
- Schifffahrt
- Flugverkehr
- Busreisen

3 Beherbergungsindustrie

(mehr dazu in Lernpaket 2)

- Hotels, Pensionen
- Gasthöfe
- Kurhäuser
- Campingplätze etc.

4 Verpflegungsbetriebe

- Gaststätten
- Restaurants
- Imbissstätten
- Lebensmittelgeschäfte etc.

5 Autovermietungen

(mehr dazu in Lernpaket 9)

6 Reiseversicherungen

(mehr dazu in Lernpaket 4)

7 Fremdenverkehrsorganisationen

(mehr dazu in Lernpaket 2)

- auf internationaler Ebene
- auf bundesweiter Ebene
- auf Ebene der Bundesländer
- auf Kreisebene
- auf Ortsebene

8 Nebenbetriebe

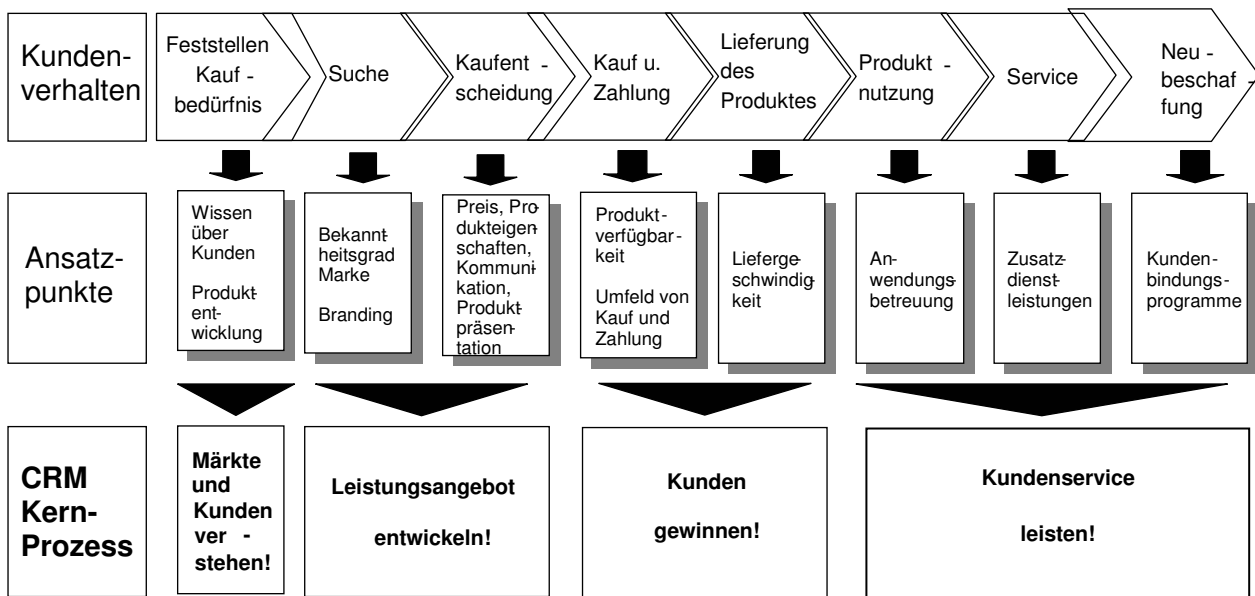
Betriebe, die weitere touristische Wünsche erfüllen, z.B.

- Sportgeräteverleih
- Tourenanbieter
- Spielcasino
- Unterhaltungslokale
- Bars
- Souvenirgeschäfte u.v.m.

Der Reisende erwartet also von einem touristischen Angebot nicht eine einzelne Leistung, sondern ein Paket mit verschiedenen Leistungen.

9 Management von Kundenbeziehungen

Jeder einzelne Anbieter einer Leistung ist ein wichtiges Glied in der Kette der gesamten Angebotspalette.



Quelle: Gemini Consulting, 2000

Abbildung 9: Die Kernprozesse des Kundenbeziehungs-Managements

Die Übersicht verdeutlicht die einzelnen **Schritte des Kundenverhaltens** beim Kauf eines Produktes. Dies gilt auch bei einer Reise. Das Schaubild zeigt zudem die Punkte, an denen der jeweilige Leistungsanbieter ansetzen kann und muss, um seinen Anteil an der Leistungskette für den Kunden höchst zufriedenstellend anzubieten.

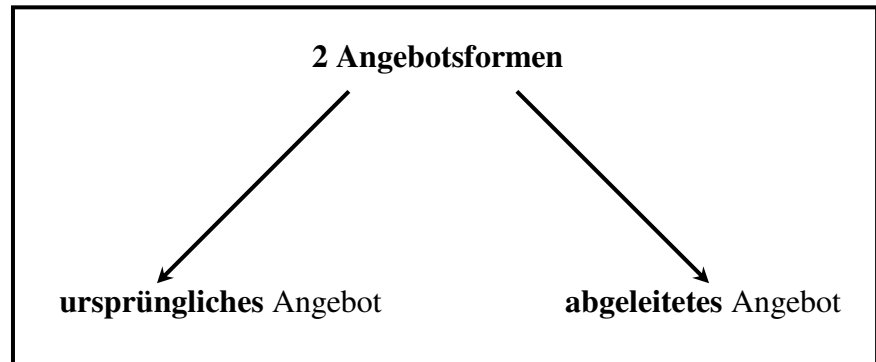
Diese Kette von Ansatzpunkten mündet in die vier **Kernprozesse** des Kundenbeziehungs-Managements (= CRM²):

- Märkte und Kunden verstehen
- Leistungsangebot entwickeln
- Kunden gewinnen
- Kundenservice leisten

² CRM = Customer Relationship Management/Kundenbeziehungs-Management

10 Das Leistungspaket

Ein Leistungspaket besteht aus zwei unterschiedlichen Angebotsformen:



Das ursprüngliche Angebot

Das **ursprüngliche** Angebot eines Urlaubsortes schließt alle Vorzüge ein, die **nicht direkt mit der Touristik zu tun haben**, aber den touristischen Reiz ausmachen:

- die natürlichen Voraussetzungen (Landschaft, Vegetation und Tierwelt, geographische Lage und Klima)
- die gesellschaftlich-kulturellen Gegebenheiten (Kultur, Tradition, Mentalität, Sprache, Bauwerke, Kunst)
- die Infrastruktur (allgemeine Versorgungs- und Verkehrseinrichtungen).

Das abgeleitete Angebot

Das **abgeleitete** Angebot umfasst alle speziell dem **Ausbau des Tourismus dienenden Leistungen**:

- Hotellerie und Gastronomie
- Nebenbetriebe wie Souvenirläden, Diskotheken, Bars etc.
- Fremdenverkehrseinrichtungen wie Parkanlagen, Wanderwege, Sportstätten
- Bergbahnen, Badestrände
- Kureinrichtungen in Kurorten

4 TOURISMUS UND WIRTSCHAFT



Seit sich der Tourismus als überaus einträglicher Wirtschaftszweig entwickelt hat - in manchen Ländern sogar als einer der wichtigsten Branchen überhaupt - nimmt sich auch die Politik seiner an. In Staaten, die stark vom Tourismus abhängig sind, gibt es meist spezielle Tourismusministerien, welche die Entwicklung und das Marketing des Fremdenverkehrs steuern.

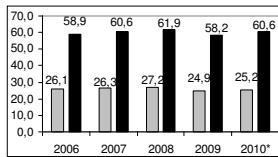
Laut Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.v. (BTW) haben ca. 2,8 Millionen Personen in Deutschland einen Arbeitsplatz im Tourismus. Die Branche trägt über 8% zum Bruttoinlandsprodukt³ bei.

Tourismuspolitik lässt sich unterscheiden in öffentlich/amtliche und private Politik. Dabei wird die private Tourismuspolitik sowohl individuell von Unternehmen als auch kollektiv von entsprechenden Interessensvertretungen getragen.

In der **Tourismuspolitik** wird Einfluss genommen auf die **Entwicklung, Gestaltung und Lenkung des Fremdenverkehrs** durch öffentlich-rechtliche Körperschaften wie Staat und Gemeinden, durch organisierte Interessensgemeinschaften wie Verbände und Vereine und durch lose verbundene Aktionsgemeinschaften von Interessensgruppen.

³ **Bruttoinlandsprodukt:** BIP, misst die Produktion von Gütern und Dienstleistungen, d.h. es erfasst die Leistung in einem definierten Wirtschaftsgebiet (z.B. in Deutschland oder auch in einem Bundesland, z.B. Bayern).

4.1 Begriffe und Kennzahlen



In diesem Kapitel werden Sie sich ausführlich mit Statistiken und Diagrammen beschäftigen. Tauchen Sie ein in die Welt der Zahlen, und Sie werden erfahren, wie viel aus einer Statistik zu erkennen ist!

Folgende Begriffe und Kennzahlen sind dabei wichtige Grundlagen in der Tourismusbranche. Sämtliche Tabellen machen Aussagen über das Reiseverhalten der Deutschen in den letzten Jahren.

Die Forschungsgemeinschaft **Urlaub und Reisen** e.V. veröffentlicht regelmäßig Statistiken in ihrer Reiseanalyse (Internet: www.FUR.de)

1 Kurzreise

Dauer: 2-4 Tage

2 Reise

Dauer: mindestens 5 Tage

3 Reiseintensität

Anteil der deutschen Bevölkerung, die **älter als 14 Jahre** ist und mindestens **1 Urlaubsreise** unternommen hat, die **mind. 5 Tage** gedauert hat. Die tatsächliche Dauer der Reise (1 oder 3 Wochen) bzw. die tatsächliche Anzahl der Reisen (1 oder 3 Reisen) spielt dabei keine Rolle. Die Kennzahl wird in Prozent angezeigt.

Urlaubsreise-Kennziffern (5+ Tage)	2000	2009	2010*(s.S.12)
Basis: Bev. ab 14 J. (Mio.)	63,3	64,8	70,5
Urlaubsreise-Intensität (in % d. Bev.)	75,9	75,7	75,7
Urlaubsreisende (Mio.)	48,4	49,0	53,4
Urlaubsreisen (Mio.)	62,2	64,8	69,5
RA 2011: Urlaubsreisekennziffern; Quelle: RA 2011, F.U.R.			

Tabella 3: F.U.R.; Reiseanalyse 2011

4 Reishäufigkeit

Sie sagt aus, wie viele Reisen von einem Reisenden durchschnittlich in einem Jahr durchgeführt wurden und errechnet sich als die Anzahl aller Urlaubsreisen geteilt durch die Anzahl aller Reisenden.

Urlaubsreisekennziffern (5+ Tage)	2000	2009	2010*(s.S.12)
Urlaubsreisen (Mio.)	62,2	64,8	69,5
Urlaubsreisende (Mio.)	48,4	49,0	53,4
Urlaubsreise-Häufigkeit (Reisen pro Reisendem)	1,3	1,3	1,3
RA 2011: Urlaubsreisekennziffern; Quelle: RA 2011, F.U.R.			

Tabella 4: F.U.R.; Reiseanalyse 2011

5 Reisedauer

Die Reisedauer macht eine Aussage über die **durchschnittliche Länge einer Urlaubsreise** in Tagen. Sie errechnet sich aus der Summe der Urlaubsreisen in Tagen geteilt durch die Anzahl der Urlaubsreisen. Erkennbar ist ein Trend zu kürzerer Reisedauer.

Ø Reisedauer in Tagen	1998	2008	2009	2010
Haupturlaubsreisen	15,1	13,4	13,2	13,2
zusätzliche Urlaubsreisen	9,8	9,6	9,1	9,4
RA 2011: Urlaubsreisekennziffern; Quelle: RA 2011, F.U.R.				

Tabella 5: F.U.R.; Reiseanalyse 2011

6 Anzahl Urlaubsreisen

Hier geht es um die Menge Urlaubsreisen, die von den Deutschen in einem Jahr durchgeführt wurden. Kurzurlaube nehmen zu.

Urlaubsreisekennziffern (5+ Tage)	2000	2009	2010*(s.S.12)
Basis: Bev. ab 14 J. (Mio.)	63,3	64,8	70,5
Urlaubsreisen (Mio.)	62,2	64,8	69,5
Urlaubsreisekennziffern (2 - 4 Tage)	2000	2009	2010*(s.S.12)
Basis: Bevölkerung 14 - 70 J. (Mio.)	/	55,7	60,8
Kurzurlaubsreiseintensität (in % d.Bev.)	/	53,5	57,6
Kurzurlaubsreisende (Mio.)	/	29,3	35,0
Kurzurlaubsreisen (Mio.)	/	74,1	86,0
RA 2011: Urlaubsreisekennziffern; Quelle: RA 2011, F.U.R.			

Tabella 6: F.U.R.; Reiseanalyse 2011



4.2 Urlaubsziele

Zielgebiete des Tourismus sind heute weltweit zu finden. Sie werden nach verschiedenen Gesichtspunkten, z.B. geographischer Zusammengehörigkeit oder bestimmten Urlaubspräferenzen, zu Gruppen zusammengefasst. Touristische Zielgebiete wechseln jedoch immer wieder auf der Rangliste der Beliebtheit. Hier die Wichtigsten:

1 Reiseziele im Inland und europäischen Ausland

- Deutschland mit seinen typischen Urlaubsregionen
- Mittelmeer mit direkt ans Mittelmeer angrenzende Regionen
- Westeuropa mit GB, IRL, F, NL, CH, A
- Osteuropa mit H, CZ, PL, GUS etc.
- Skandinavien mit DK, N, S, FIN

2 Außereuropäische Ziele und Fernreiseziele

- Kleinasien und Nahost mit den Tourismusländern Israel, Jordanien
- Mittelost mit den Golfstaaten, Pakistan, Indien
- Fernost mit der Volksrepublik China, Taiwan, Hongkong
- Südostasien mit Thailand, Malaysia, Indonesien und den Philippinen
- Australien und Neuseeland
- Südseeinseln
- Inseln im Indischen Ozean, Seychellen, Mauritius, Réunion, Malediven
- Afrika mit den touristischen Schwerpunkten Ägypten, Ostafrika, Südafrika
- Nordamerika mit USA und Kanada
- Mittelamerika, Südamerika und Karibik

3 Urlaubsziele im In- und Ausland (tabellarisch)

Obwohl die Begriffe Reisen und Urlaub für viele Menschen mit Ausland, Sonne, Meer und Exotik verbunden sind, verbrachten in 2010 **31 %** der Deutschen ihren Urlaub im eigenen Land, **69 %** der Urlaubsreisen gingen ins Ausland.

	2000	2009	2010*(s.S.12)
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100%	62,2 Mio.	64,8 Mio.	69,5 Mio.
	%	%	%
Deutschland gesamt	29,3	32,5	31
Ausland gesamt	70,7	67,5	69
Mittelmeer Direkt ans Mittelmeer angrenzende Regionen	36,5	33,5	35,7
Westeuropa GB, IRL, F, NL, CH, A	15,4	13,9	12,1
Osteuropa H, CZ, PL, GUS, etc.	6,1	6,3	7,5
Skandinavien DK, N, S, FIN	3,7	3,5	3,2
Fernreisen	7,0	6,5	6,0
Urlaubsreiseziele; Quelle: RA 2011, F.U.R.; alle Urlaubsreisen = 100 %			
Auswahl von Zielen dargestellt; Werte addieren sich nicht zu 100%.			

Tabelle 7: Urlaubsziele 2010; Quelle: F.U.R.; Reiseanalyse 2011

Beachtliche 31 % der Deutschen verbringen ihren Urlaub in Deutschland, gefolgt von den Mittelmeerländern mit 35,7 % und den westeuropäischen Ländern mit 12,1 %. Fernreiseziele haben einen Marktanteil von 6 %.

4.3 Politische/weltwirtschaftliche Situationen

Eine Urlaubsreise ist für viele Deutsche mittlerweile Standard. Bei der Entscheidung für ein Urlaubsziel spielen die eigene wirtschaftliche Lage, die politische und weltwirtschaftliche Lage eine Rolle.

Der moderne Tourist hat heute zahlreiche unterschiedliche Urlaubsmöglichkeiten und wählt dementsprechend seine Reise flexibel aus. Er kann somit auf veränderte Rahmenbedingungen in den Zielgebieten reagieren (bspw. nach Unruhen oder einer Naturkatastrophe).

Urlaubsreiseabsichten 2011/ geplante Urlaubsausgaben in %	2009	2010	2011
mehr	10,0	12,0	16,0
gleich	49,0	48,0	52,0
weniger	12,0	11,0	9,0
Basis: 14+ Jahre			
Quelle: RA 2011, F.U.R., Urlaubsreiseabsicht 2011 - Trendindikatoren			

Tabelle 8: Entwicklung Urlaubsreiseabsichten

Die Trendindikatoren der aktuellen Reiseanalyse zeigen nach einem bereits guten Jahr 2010 auch für 2011 weiter nach oben; auch die wirtschaftlichen Aussichten werden positiver gesehen, die Ausgabebereitschaft für Urlaube steigt weiter.

„Das **Auswärtige Amt** vertritt die Interessen Deutschlands in der Welt, fördert den internationalen Austausch und leistet Deutschen im Ausland Schutz und Hilfe“. Es gibt u.a. Reisehinweise, Sicherheitshinweise und Reisewarnungen für verschiedene Länder:

Reisehinweise enthalten Informationen unter anderem über die Einreisebestimmungen eines Landes, medizinische Hinweise, straf- oder zollrechtliche Besonderheiten. Sie werden regelmäßig überprüft und aktualisiert.

Sicherheitshinweise machen auf besondere Risiken für Reisende und im Ausland lebende Deutsche aufmerksam. Sie können die Empfehlung enthalten, auf Reisen zu verzichten oder sie einzuschränken. Gegebenenfalls wird von nicht unbedingt erforderlichen oder allen Reisen abgeraten. Auch die Sicherheitshinweise werden regelmäßig überprüft und aktualisiert.

Reisewarnungen enthalten einen dringenden Appell des Auswärtigen Amtes, Reisen in ein Land oder in eine Region eines Landes zu unterlassen. Sie werden nur dann ausgesprochen, wenn aufgrund einer akuten Gefahr für Leib und Leben vor Reisen in ein Land oder in eine bestimmte Region eines Landes gewarnt werden muss. Eine Reisewarnung wird nur selten ausgesprochen. Deutsche, die in diesem Land leben, werden gegebenenfalls zur Ausreise aufgefordert.

Abbildung 10: Auszug aus der Internetseite des Auswärtigen Amtes, 2011



Postanschrift:

Auswärtiges Amt

11013 Berlin

Telefon 030 / 18-17-0

Internet: www.auswaertiges-amt.de

Positiv wirkt sich auf die Reisebereitschaft aus, wenn ein Land die Situation der Reisenden bei der Einreise erleichtert oder auch neue touristische Attraktionen oder Kulturstätten bietet.

4.4 Die Tourismusbranche als Arbeitgeber



Die Tourismusbranche ist einer der größten Arbeitgeber in Deutschland.

1 Beschäftigung

Laut Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.v. (BTW) arbeiten im Tourismus im Jahr 2010 2,8 Mio. Beschäftigte. Zudem werden über 120.000 Ausbildungsplätze bereitgestellt!

Die Summe aller deutschen Reisebüros lag 2010 bei ca. 10.400. Bei deutschen Reisebüros und Reiseveranstaltern waren ca. 62.650 Personen beschäftigt, davon ca. 2.330 in der Ausbildung.

Es besteht ein großer Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften für die vielfältigen Dienstleistungen auf dem Gebiet des modernen Tourismus!

2 Devisen

Die Einnahmen aus dem Reiseverkehr betragen in Deutschland in 2010 25,2 Mrd. Euro während sich die Ausgaben auf 60,6 Mrd. Euro belaufen.

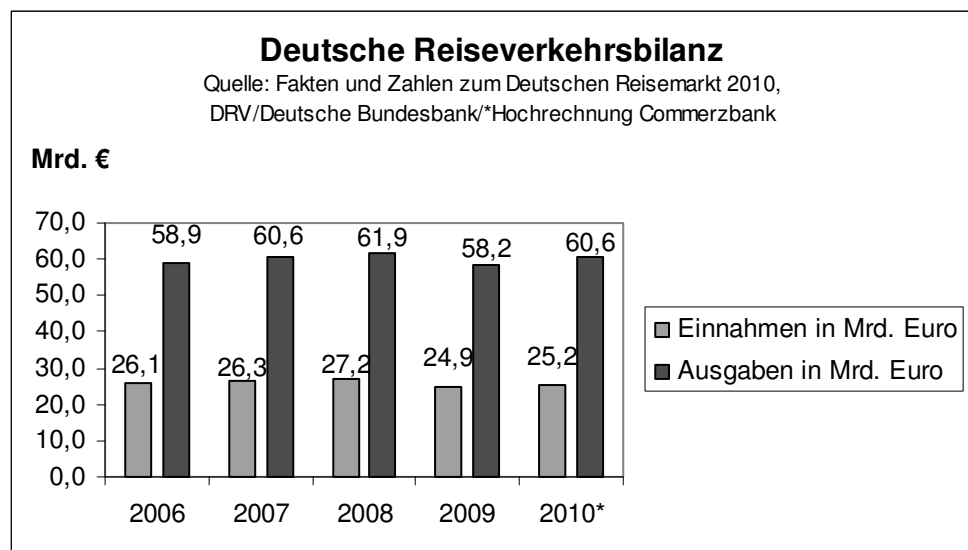


Tabelle 9: DRV; Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt, Ausgabe 2010/*Hochrechnung Deutsche Bank

3 Die Leistungsanbieter als Arbeitgeber

Die bereits erwähnten Leistungsanbieter der Tourismusbranche

- Vermittlungs- und Förderungsbetriebe
- Verkehrsträger, Beherbergungsindustrie
- Verpflegungsbetriebe, Nebenbetriebe
- Autovermietungen, Reiseversicherungen
- Fremdenverkehrsorganisationen

können ohne die geeigneten Arbeitnehmer in den verschiedenen Sparten nicht bestehen. Hier sind also für jeden Menschen- und Arbeitstyp geeignete Arbeitsplätze vorhanden oder im Entstehen. Auch der Möglichkeit von selbstständigem Arbeiten sind fast keine Grenzen gesetzt.



Das Motto **Kurz nah weg – Kurzurlaub in Deutschland** - hat gezeigt, dass auf verschiedenen Ebenen ganz gezielt für mehr Reisetätigkeit im eigenen Land geworben werden kann und damit auch neue Arbeitsplätze generiert werden.

Vieles spricht dafür, dass sich die Tourismusbranche auch nach temporären Einbrüchen immer wieder positiv entwickelt. Obwohl es momentan nicht nach weiter steigenden Realeinkommen aussieht, sparen die Menschen nicht unbedingt am Urlaub, wie sich in bereits vergangenen Rezessionsphasen gezeigt hat. Außerdem liegen beachtliche Sparreserven vor, von denen für den wohlverdienten Urlaub durchaus etwas abgezweigt wird.

Reiseausgaben pro Person:

	2000	2009	2010
Urlaubsreisen Ausgaben pro Person und Reise	792 €	820 €	861 €
Basis: 14+ Jahre, deutschsprachige Bevölkerung, in Privathaushalten			
Quelle: RA 2011, F.U.R.			

Tabelle 10: F.U.R.; Reiseanalyse 2011

5 REISEMOTIVE UND URLAUBERTYPEN



Warum verreisen Menschen? Was sind die häufigsten Erwartungen an eine Urlaubsreise?



Die Frage nach den Reisemotiven ist von grundlegender Bedeutung für die Touristik, denn wie in jedem Wirtschaftszweig gilt auch hier das Wechselspiel von Angebot und Nachfrage. Es ist also für alle Beteiligten, vom Fremdenverkehrsbüro bis zum Reisebüro, überaus wichtig zu wissen, was Urlauber von ihrer Reise erwarten.

Reisemotive gibt es natürlich in großer Vielfalt und sie können sehr individuell sein. Außerdem unterliegen sie dem Trend der Zeit und können in den Prioritäten wechseln.



Tourismus ist ein Trendgeschäft und nur durch ständige Marktbeobachtung sind diese Trends zu erkennen. So ist in nachstehendem Diagramm zu sehen, welche Präferenzen Reisende zu einem Kurzurlaub bewegen. Die Veränderung dieser Präferenzen spiegelt sich in der Nachfrage der gewünschten Urlaubsreisen wider.

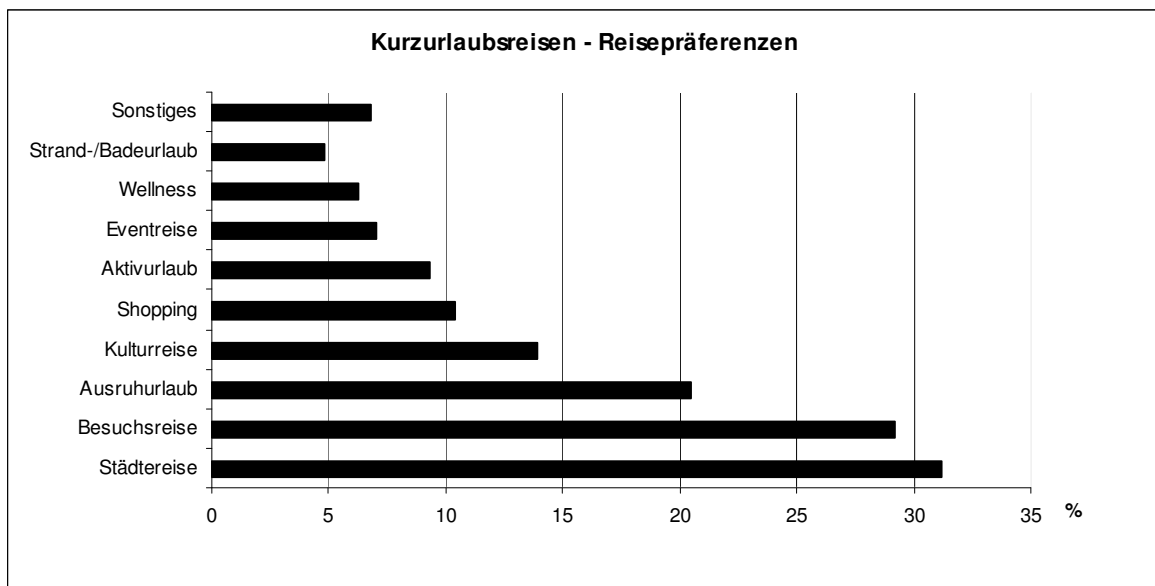


Abbildung 11: Reisepräferenzen Kurzurlaubsreisen, deutsche Bevölkerung 40-70 Jahre; Quelle: Reiseanalyse RA 2011, F.U.R.

5.1 Das Bedürfnis nach Urlaub



Grundsätzlich gilt, dass der Mensch gewisse Bedürfnisse hat, die er zu befriedigen versucht. Nach Maslow (1943) können diese Bedürfnisse in verschiedene Ebenen mit verschiedenen Dringlichkeiten eingeteilt werden. Dabei sind die Grundbedürfnisse am ehesten zu befriedigen, bevor die Bedürfnisse der folgenden Ebenen an Gewicht zunehmen.

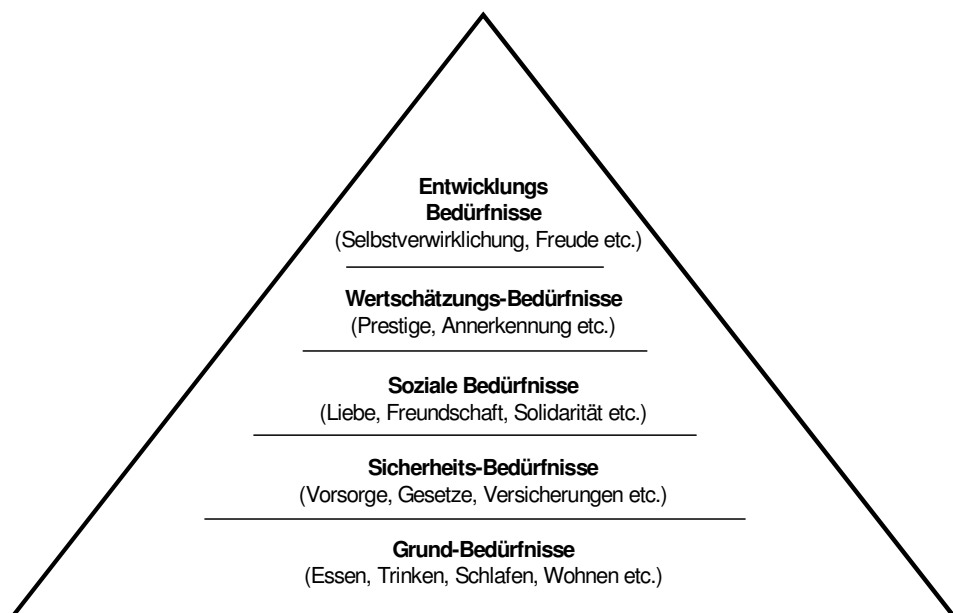


Abbildung 12: Bedürfnispyramide nach Maslow

Demnach ist Urlaub also kein Grundbedürfnis. Trotzdem zählt für die Deutschen der Urlaub schon lange nicht mehr zum Luxus, sondern ist zum Standard und damit zu einem Standardbedürfnis geworden.

Dies ist sicherlich nicht in allen Ländern der Fall. Vor allem in den ärmeren und in den Entwicklungsländern ist ein Urlaub weiterhin ein unerreichbarer Luxus.

5.2 Motivation für Urlaub

Hier sind verschiedene Motivationsgründe zu unterscheiden, die zum Teil jedoch ineinander fließen können. Oft vermengen sich damit auch die daraus resultierenden Urlaubsarten, wie der tägliche Umgang mit Kunden im Reisebüro zeigt. Mehr und mehr werden Kombinationen gebucht, wie z. B. eine Wandertour, eine Abenteuer- oder Studienreise mit anschließendem Hotelaufenthalt am Meer oder mit einer Woche Wellnessurlaub.

Motivation	Wunsch	Beispiele Urlaubsart
Interpersonell	Kommunikation Miteinander	Cluburlaub Familienbesuch (auch international)
Physisch	Körperliche Betätigung bzw. Körperliche Erholung	Sporturlaub Abenteuerurlaub Erholungsurlaub Wellnessurlaub
Psychisch	Geistiger Ausgleich zum Berufsleben und Alltag	Studienreise Erlebnisreise
Prestige- /Status	Anerkennung Selbstverwirklichung	Cluburlaub Geschäftsreise Erlebnisreise
Kulturell	Kulturinteresse Bildung	Studienreise Weltreise Längerer Urlaub im Ausland

Tabelle 11: Motivationsgründe

Vermeehrt werden Kurzurlaubsreisen durchgeführt. Nachfolgendes Schaubild zeigt Reisepräferenzen bei Kurzurlaubsreisen der deutschen Bevölkerung auf.

5.3 Urlaubertypen

Wichtig für Mitarbeiter im Reisebüro ist es also, die ganz persönlichen Wünsche ihrer Kunden zu kennen. Dabei kann es sinnvoll sein, verschiedene grundlegende Wunschrichtungen konkret abzufragen. So z.B.:

Wenn Sie an Ihren nächsten Sommerurlaub denken, wie wichtig sind Ihnen die folgenden Punkte?

1. gutes und abwechslungsreiches Essen	
2. ein gemütliches Zimmer	
3. die Möglichkeit zu sportlicher Aktivität	
4. sympathische Gäste im Hotel	
5. vor allem Ruhe und Ausschlafen können	
6. interessante Abendunterhaltung am Urlaubsort	
7. schöner und interessanter Blick aus dem Hotelzimmer	
8. der Besuch kultureller Sehenswürdigkeiten	
9. die Möglichkeit, ein neues Hobby kennen zu lernen	
10. den Tag ohne Termine und Planung verbringen	
11. exklusive Restaurants, Bars und Diskotheken	
12. in Ruhe meine mitgebrachten Bücher lesen	
13. die Besichtigung von Naturschönheiten	

Benutzen Sie folgende Schätzskala: Antworten Sie mit (1), wenn Ihnen der genannte Punkt ganz unwichtig ist, mit (2), wenn Ihnen der Punkt ziemlich unwichtig ist, mit (6), wenn Ihnen der Punkt ziemlich wichtig ist, mit (7), wenn Ihnen der Punkt sehr wichtig ist.

Abbildung 13: Fragebogen zu Urlaubertypen

Die Kombination des Wissens über Reisemotive mit so genannten soziodemografischen⁴ Daten ermöglicht es, mehr oder weniger trennscharfe Urlaubertypen zu definieren.

Die Ansätze der Institute und Untersuchungen sind hier vielfältig. Ein häufig angewandter Ansatz lehnt sich an die Typologisierung so genannter Milieus an. Hier werden Menschen zusammengefasst, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Die Analyse bezieht Faktoren wie Alltagseinstellung zu Arbeit, Familie,

⁴ Soziodemografische Daten: Daten über z.B. Alter, Geschlecht, Beruf, Adresse, soziales Umfeld etc.

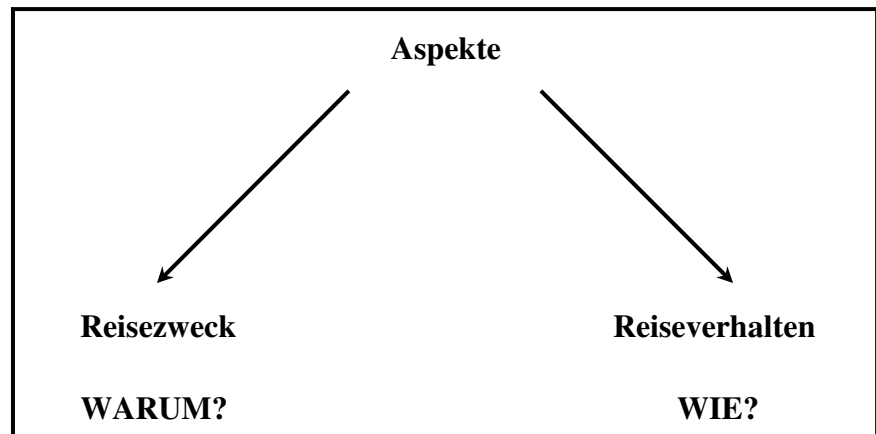
Freizeit, Geld und Konsum ebenso mit ein wie grundlegende Wertorientierungen.

Eine große Chance, die Kunden persönlicher betreuen zu können, liegt also im besseren Kennen lernen der einzelnen Menschen. Obwohl die meisten Typologisierungen auf den ersten Blick recht oberflächlich erscheinen, treffen sie doch Aussagen über die Vorlieben bei der Urlaubsplanung und können damit als erste Grundlage für einen Beratungsansatz dienen. Fragebogen-Aktionen oder ganz einfach das **persönliche Kennen lernen** aufgrund mehrfacher **Beratungsgespräche** mit dem Kunden führt zu qualitativ hochwertiger Unterstützung bei der Urlaubssuche und damit zu zufriedeneren Kunden.

6 REISEN: ZWECK, VERHALTEN, FORM, ART

Reisen ist nicht gleich Reisen!

Das Phänomen des Tourismus zeigt sich in verschiedenen Varianten, wobei zwei Aspekte eine entscheidende Rolle spielen.



Dabei sind die verschiedenen möglichen Reiseformen und Reisearten zu beachten.

6.1 Reisezweck – WARUM?

Der Fremdenverkehr unterscheidet drei Erscheinungsformen bei der Frage nach dem **WARUM**, also dem **Zweck einer Reise**:

1 Urlaubsreisen



Urlaubsreisen oder Freizeittourismus dienen den **persönlichen Bedürfnissen des Reisenden**, sei es zu Erholung und Entspannung, zur sportlichen Betätigung oder zum Kennen lernen fremder Länder und Kulturen. Der Urlaubsreisende bestimmt Ziel, Reiseart und Zeitpunkt für seine Ferien und bezahlt die Kosten dafür in der Regel aus eigener Tasche.

2 Geschäftsreisen



Geschäftsreisen oder Berufstourismus dienen den **definierten Zielen eines Unternehmens**. Ziel und Art des Aufenthalts orientieren sich an den Interessen des Unternehmens. Der Reisende erfüllt eine bestimmte Funktion und die Kosten werden geschäftlich abgerechnet. Gründe können sein: Treffen von Mitarbeitern gleicher oder unterschiedlicher Unternehmen, Reisen zu Seminaren, Messen, Kongressen und andere. Auch so genannte Incentivereisen als Belohnung für Mitarbeiter oder Geschäftsfreunde fallen in diese Kategorie.

3 Kurreisen



Kurtourismus dient der **Vorbeugung, Heilung oder Regeneration des Reisenden**. Arzt und Sozialversicherung entscheiden in der Regel über Ziel und Art des Aufenthalts. Zumindest ein Teil der Kosten wird normalerweise von der Versicherung übernommen.

6.2 Reiseverhalten – WIE?

Nach dem Verhalten, **WIE die Reise durchgeführt wird**, lassen sich vier unterschiedliche Erscheinungsformen des Tourismus definieren:

1 Massentourismus

Massentourismus ist durch eine **große Zahl von Reisenden** beim Transport und im Zielgebiet geprägt. Reise und Aufenthalt erfolgen kollektiv, der Gruppengedanke wird aktiv unterstützt. Die große Zahl der Touristen ermöglicht eine günstige Preisgestaltung.

2 Individualtourismus

Individualtourismus zeichnet sich dadurch aus, dass die Reisenden Transport und Aufenthalt **frei nach eigenen Wünschen gestalten**. Das kann völlig ohne Mithilfe eines Reisebüros oder Reiseveranstalters erfolgen, aber auch mit Buchungs- und Beratungsservice.

3 Sozialtourismus

Sozialtourismus ermöglicht auch **Bevölkerungsschichten mit niedrigem Einkommen** zu reisen. Der Markt bietet dafür spezielle Angebotsformen wie z.B. Programme für besonders preisgünstige Familienferien.

4 Luxustourismus

Luxustourismus bietet **kaufkraftstarken Kunden** exklusiv gestaltete Reisen zu ebenso exklusiven Preisen.

6.3 Reiseformen – WELCHE?

Grundlegend lassen sich Art, Dauer und Leistungsumfang bei der gewählten Reiseform unterscheiden:

1 Individualreisen

Individualreisen werden nicht ausgeschrieben, sondern **nach Wunsch des Kunden individuell zusammengestellt**.

Die Mindestleistung des Angebots umfasst im allgemeinen Beförderung, Übernachtung, Voll- oder Teilverpflegung, Transfers, Kurtaxe und Steuern.

2 Ausflugsfahrten/Kurzurlaub

Ausflugsfahrten sind **Halbtages-, Tages- oder Wochenendtouren** per Bus, Bahn, Schiff oder Flugzeug. Sie beinhalten im Angebot Beförderung und meist eine Reiseleitung, bei Zweitagesfahrten auch die Übernachtung. Reisen über verlängerte Wochenenden werden als Kurzurlaub bezeichnet und sind meist Städtereisen - eine Urlaubsform, die sich steigender Beliebtheit erfreut.



IKARUS Aktuell
STÄDTE- & ERLEBNISREISEN
(inkl. Busfahrt, Hotel ÜF/HP, Programm und Reiseleitung)
•PRAG 23.-26.6.+14.-17.7.+28.-31.7.+11.-14.8.+... ÜF ab **159,-**
PARIS jede Woche – inkl. Busfahrt, Hotel (ÜF), Reiseltg.
 **4 Tage** 23.-26.6.+30.6.-3.7.+7.-10.7.+14.-17.7.+21.-24.7.+
28.-31.7.+4.-7.8.+11.-14.8.+18.-21.8.+25.-28.8.+... ÜF ab **172,-**
2½ Tage 24.-26.6.+1.-3.7.+8.-10.7.+15.-17.7.+22.-24.7.+
29.-31.7.+5.-7.8.+12.-14.8.+19.-21.8.+26.-28.8.+... ÜF ab **99,-**
AKTION SCHÖNES WOCHENENDE - 1 Tag in:
•Wien •Berlin oder •Venedig jedes Wochenende z.B.: 24.-26.6.+
1.-3.7.+8.-10.7.+15.-18.7.+22.-24.7.+29.-31.7.+29.-31.7.+... ab **55,-**
•BUGA in Koblenz inkl. Eintritt/Schiffahrt 29.7.+... ab **69,-**

Abbildung 14: Zeitungsanzeige Ikarus Reisen, BNN 07/2011

3 Pauschal-/Bausteinreisen

Pauschalreisen werden für einzelne Personen oder Gruppen als **Angebotspaket** ausgeschrieben.

Eine **Pauschalreise** ist ein Leistungsbündel und muss mindestens zwei Reiseleistungen (=Hauptleistungen) enthalten, die beide einen voneinander losgelösten erheblichen Eigenwert haben (wie z.B. Beförderung und Unterbringung). Unter einer **Bausteinreise** versteht man individuell zusammen gestellte Teilleistungen, die bei verschiedenen Anbietern gebucht werden können. Fällt bei Selbstanreise die Beförderung weg, so spricht man von Einzel-Pauschalauftenthalten.

Im Jahr 2010 wurden ca. 44 % der Reisen als Pauschal- oder Bausteinreisen gebucht.

4 Sonderfahrten

Sonderfahrten werden zu **speziellen Anlässen** (z.B. Festspiele, Sportereignisse, Pilgerfahrten, Studienfahrten) für größere Gruppen individuell ausgeschrieben. Mindestleistungen sind Fahrt und Besuch der entsprechenden Veranstaltung.

Pilgerreise – Wallfahrt

Lourdes - Nevers – Ars / unter geistlicher Führung
6 Tage 26.-31.05.2011 / 12.-17.09.2011

Leistungen / Lourdes

- Fahrt im Fernreisebus mit WC
- 5 x Übernachtung/Halbpension
- 2 x Mittagessen in Lourdes
- Zimmer mit Du/Wc in guten Hotels
- Evtl. Eintrittsgelder sind nicht enthalten
- Gültiger Ausweis erforderlich
- Reisepreis im Doppelzimmer 545,00 €
- Einzelzimmerzuschlag 110,00 €



Abbildung 15: Pilgerreise Lourdes; Quelle: www.laumer-reisen.de 2011

Neben dem klassischen **Sommer-** und **Winterurlaub** gewinnt auch der Urlaub in den Übergangszeiten Frühjahr und Herbst immer mehr Anhänger. Um die Auslastung der touristischen Einrichtungen zu verbessern, wird den Kunden in der **Nebensaison** eine günstige Preisgestaltung geboten. Familien mit schulpflichtigen Kindern bspw. können aufgrund der Ferien in der Regel nur auf Angebote der Hauptsaison⁵ (Hochsaison) zurückgreifen.

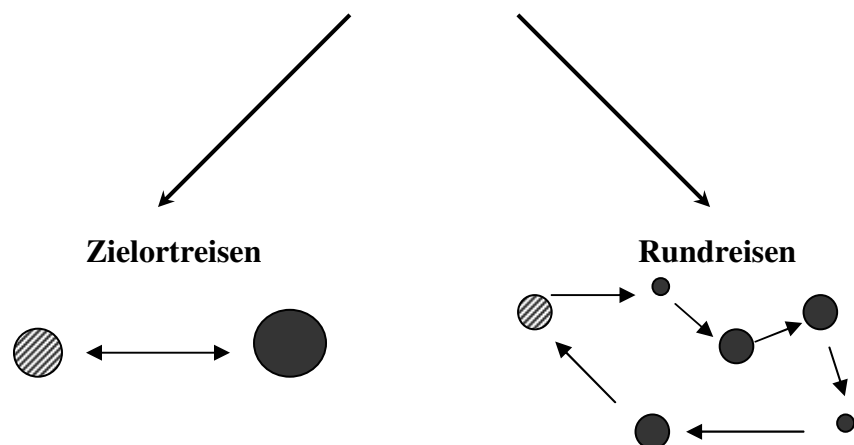
Neben den Fernreisen sind es vor allem die immer beliebteren Städtereisen, die dem Tourismus eine nahezu ganzjährige Saison bescheren. Ebenso werden etwa früher extrem auf eine Saison beschränkte Reiseformen wie z.B. der Skiurlaub durch die immer weiter ausgebauten Gletscherskigebiete bis weit in den Frühsommer hinein ausgedehnt.

⁵ Beachte: unterschiedliche Ferien in den einzelnen Bundesländern. Pfingstferien nicht überall, nicht generell Hauptsaison.

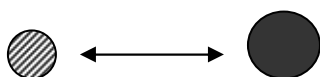
6.4 Reisearten – WOHIN?

Ein grundlegendes Unterscheidungsmerkmal von Reisen ist die Frage, ob der Reisende seinen Urlaub mehr oder minder **ortsfest** an einem bestimmten Ziel verbringt, oder ob er mit häufigem **Ortswechsel** durch das Urlaubsland (bzw. mehrere Länder) reist. Also wohin geht die Reise?

Daher unterscheiden wir in



1 Zielortreise



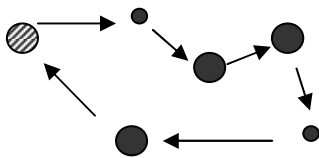
Der Aufenthalt an einem Zielort ist die **klassische Reiseart für den Erholungsurlaub**, der vorwiegend am Meer, im Gebirge oder an einem Binnensee stattfindet. Ob die Erholungsreise als Passiv- oder Aktivurlaub absolviert wird, hängt von der persönlichen Einstellung des Reisenden ab.

Es ist bekannt, dass viele Menschen sich mit Aktivität im Urlaub besser erholen können als nur mit Sonne, Strand und Service. Aktivurlaub am Zielort wird hauptsächlich als Sport- und Hobbyurlaub angeboten. Vom Tauch- bis zum Tenniskurs, vom Mal- bis zum Kochkurs sind dem Lern- und Betätigungsbedürfnis keine Grenzen gesetzt. Auch Bildungsurlaub ist bei vielen Zielortreisen möglich, z.B. um Sprachen zu lernen.

Bei Fernreisen zu Zielorten auf anderen Kontinenten oder zu exotischen Inseln kommt es meist zu einer Mischform aus Erholungs- und sportlichem Aktivurlaub, oft auch mit einem Schuss Abenteuerferien.

Ganz auf das Ziel der Erholung oder Heilung ausgerichtet ist der **Kururlaub**, der angesichts des festen Aufenthalts am Kurort ebenfalls zu den **Zielortreisen** zählt.

2 Rundreisen



Rundreisen zeigen viel von Land und Leuten, von Kunst und Kultur, weil sie auf **ausgewählten Routen** von Sehenswürdigkeit zu Sehenswürdigkeit führen und von **kundigen Reiseleitern begleitet** werden. Rundreisende sind viel auf Achse, oft zu Fuß auf Besichtigungstour und geübt im Ein- und Auspacken. Der Erholungscharakter steht also sicherlich nicht im Vordergrund. Damit die Rundreise jedoch nicht in Stress endet, bedarf es einer qualitätsvollen Planung und Durchführung.

Für Rundreisen ist der Bus das ideale Transportmittel, weil er von keiner bestimmten Route und von keinen Fahrplänen abhängig ist. Kleine Gruppen können mit dem Bus in freier Zeiteinteilung unterwegs sein, anhalten, wo es beliebt, und jederzeit innerhalb der Gesamtreiseplanung die Fahrtroute aktuellen Verhältnissen oder individuellen Wünschen anpassen.

Bei Rundreisen über große Distanzen bzw. in mehreren weiter auseinander liegenden Reisegebieten können Flugzeug und Bus als Transportmittel kombiniert werden. Eine besondere Form der Rundreise ist die Autorundreise, bei der individuell im eigenen Wagen oder Mietwagen gefahren wird. Route und Tagesetappen sind vorgegeben, die Unterkunft ist vorgebucht.

3 Formen/Arten/Ausprägungen der Rundreise

Rundreisen können sehr vielfältig und kreativ ausgestaltet sein. Trotzdem kann man einige Grundtypen definieren, die freilich auch in Mischformen erscheinen können:

Die Bildungsreise

Ziel der Bildungsreise ist es, vom bereisten Gebiet ein möglichst umfassendes Gesamtbild zu vermitteln - sowohl Kunstdenkmäler oder eine spezielle Kultur, als auch Landschaft und Leute, heutiges Leben, Musik, Theater, Literatur und kulinarische Köstlichkeiten.

Die Kulturreise

Im Gegensatz zur Bildungsreise konzentriert sich die Kulturreise mehr auf die Thematik eines bestimmten Kulturkreises, z. B. die der Etrusker in der Toskana.

Die Kunstreise

Auch die Kunstreise orientiert sich gezielt an einem bestimmten Thema der Bau- oder Bildenden Kunst wie z. B. die Schlösser an der Loire oder das Rokoko in Bayern.

Die Landschaftsreise

Naturwunder, unberührte oder besonders schöne Landschaften stehen im Vordergrund der Landschaftsrundreise. Klassische Ziele sind z.B. die Schweizer Alpen, die Seen des Salzkammergutes oder die Canyons des amerikanischen Westens.

Die Abenteuerreise

Abenteuerreisen, in abgeschwächter Form auch Erlebnisreisen genannt, verbinden Elemente der Landschaftsreise - unberührte, eindrucksvolle Natur in entlegenen, schwer zugänglichen Regionen - mit Elementen der Studienreisen (siehe unten) - intensive Begegnung mit fremden Kulturen. Je nach Zielgebiet und Schwierigkeitsgrad kommt auch noch die aktive Herausforderung einer Sportreise dazu.

Off alles in einem: Die Studienreise

Auf einer Studienreise können sich **alle bisher besprochenen Rundreisearten** wiederfinden. Ein Beispiel gibt eine Studienreise durch die Indonesische Inselwelt: die **Bildungsreise** vermittelt die Begegnung mit der Geschichte und der fremden Kultur. Die **Kulturreise** führt z.B. zum einzigartigen Totenkult des Toraja-Hochlands auf Sulawesi. Die **Kunstreise** präsentiert Borobudur, die größte Tempelanlage der Welt. Die **Landschaftsreise** zeigt Javas schönste Vulkane. Und die **Abenteuerreise** lockt in den Regenwald Borneos.

Die meisten Studienreisen finden jedoch einfacher statt – sie führen z. B. durch das klassische Griechenland oder zu den antiken Stätten Kleinasiens. Eines jedoch ist allen gemeinsam: Sie vermitteln unter fachkundiger Führung eine intensive Begegnung mit der bereisten Region und wecken Verständnis für fremde oder auch für vergangene Völker und Kulturen.

Meist stehen Studienreisen unter einem bestimmten Thema, auf das Reiseverlauf und Besichtigungsprogramm voll abgestimmt sind. Bei guten Studienreisen zählt nicht die Anzahl der besuchten Sehenswürdigkeiten, sondern die sorgfältige Auswahl der wirklich besichtigungswerten Objekte und wichtigen Veranstaltungen, die zu tiefem Verständnis und Wissen statt zum breiten Überblick führt.

Gerade heute, da angesichts des Massentourismus und seiner teils negativen Auswirkungen das Thema Reisen auch Skepsis hervorruft, wird die Studienreise mit wachsendem Interesse als positive Alternative gesehen.


Studienreisen haben ihr ureigenes Publikum, meist mit hohem Bildungsniveau und vielfach auch mit gehobenem Einkommen. Dementsprechend sind auch die Ansprüche der Reisetilnehmer: Vom Studienreiseleiter wird umfassendes Fachwissen und professionelles Organisationstalent und bei der Unterkunft und Verpflegung zumindest gehobener Standard erwartet. Dass dies im

Fernreisebereich nicht selten unerfüllbar bleibt, muss bereits in der Ausschreibung ganz deutlich gesagt werden, um Enttäuschungen, Ärger und Reklamationen zu vermeiden.

Autorundreisen

Autorundreisen sind eine ideale Reiseform für Leute, die ein **fremdes Land auf eigene Faust entdecken** möchten, aber sich bei der Reiseroutenplanung und Hotelreservierung auf professionelle Hilfe verlassen wollen. Gefahren wird mit dem eigenen Auto oder kombiniert mit Flugzeug und Mietwagen. Die Reiseroute ist von den Experten des Reiseveranstalters unter Berücksichtigung besonders schöner Strecken und attraktiver Sehenswürdigkeiten vorgeplant und in bequem zu fahrende Tagesstrecken eingeteilt. Hotels und erforderliche Fährverbindungen sind vorgebucht.

Beispiel Angebot Autorundreise



Florida Relaxing

15 Tage/14 Nächte
ab/bis Orlando oder
ab/bis Miami p. P./DZ ab 645,- €

Rundreise:

- Entspannung im sonnigen Florida,
- Highlights der rauen und frischen Atlantikküste
- das verträumte Key West
- tolle Sandstrände der Golfküste

Abbildung 16: Auszug aus Angebot Autorundreise USA;
Quelle: www.usareisen.de, 2011

Noch unabhängiger sind Autorundreisen mit einem Campmobil. Hier wird vom Reiseveranstalter nur das Fahrzeug organisiert und eine Streckenempfehlung gegeben. Tagesetappen und Aufenthalte können sich die Reisenden im Rahmen der Reisedauer selbst einteilen.

7 CHANCEN + AUFGABEN IN DER TOURISTIK I

Wie wir bereits am Anfang gesehen haben, umfasst der Begriff der Touristik ein außerordentlich **breites Betätigungsfeld**. Zu den Berufen des Tourismus lässt sich das Personal einer Fluggesellschaft ebenso zählen, wie die Besatzung eines Kreuzfahrtschiffs oder die Angestellten in Hotels und Gastronomie. Aber auch wenn wir die Betrachtung auf die eigentliche Touristikindustrie einengen, bleibt eine **bunte Palette von Berufsmöglichkeiten**, die bei Eignung und fachlicher Ausbildung gute **Erfolgsaussichten und Zukunftschancen** bieten.

Neben den vielfältigen Aufgaben in einem Reisebüro, bei einem Reiseveranstalter oder als Mitarbeiter in örtlichen und regionalen Fremdenverkehrsorganisationen und Kurverwaltungen bietet die Touristikbranche eine Vielzahl von interessanten Tätigkeiten, die unmittelbar mit der Reise- und Urlaubsgestaltung unterwegs und im Zielgebiet verbunden sind. Dazu gehören z. B. Animateure und Sportlehrer in Club- und Feriendörfern, Schiffs- und Kurhostessen und vor allem Reiseleiter.

Ihnen allen gemeinsam sind bestimmte **Persönlichkeitsanforderungen** als Voraussetzung für den erfolgreichen **Umgang mit Menschen**. Neben dem rein fachlichen Wissen und erforderlichen Sprachkenntnissen kommt es in der Hauptsache auf ein aufgeschlossenes Wesen, Kontaktfähigkeit und psychologisches Einfühlungsvermögen an.

Welche Aufgaben und Anforderungen auf diese direkt mit dem Gast arbeitenden Berufe zukommen, wollen wir hier am Beispiel des Reiseleiters generell kennen lernen.

7.1 Reiseleiter, Partner der Gäste



Sabine Schöner

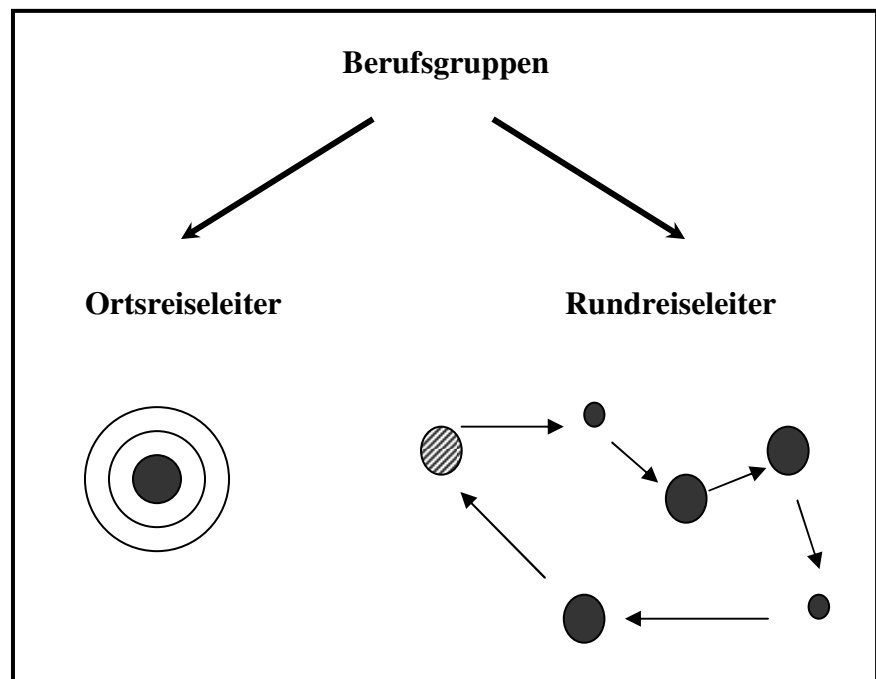
lebt in Süddeutschland. Nach ihrer fünfjährigen Ausbildung speziell im Bereich Tourismus machte sie sich 1995 als Reiseleiterin selbstständig. Sie führt seit 1997 viele Reisen sowohl in Süddeutschland als auch in Norditalien mit Ausflügen nach Verona und Venedig durch. Neben der profunden Sachkenntnis schätzen ihre Reisegäste ihr frisches und stets freundliches Wesen, mit dem sie es versteht, eine herzliche Beziehung zu den Reisegästen aufzubauen.

Abbildung 17: Muster Beschreibung Reiseleiterin aus Reisekatalog

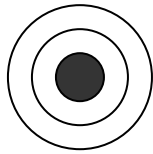
Der Reiseleiter ist die Seele jeder gelungenen Reise oder Rundreise und der Dreh- und Angelpunkt für einen angenehmen Urlaubsaufenthalt. Mehr noch als bei allen anderen Berufen der Touristik kommt es beim Reiseleiter neben der fachlichen Kompetenz vor allem auf die persönlichen Qualitäten an. Er muss alle Fähigkeiten mitbringen, die den Umgang mit Menschen erfolgreich gestalten:

- Kontaktfreudigkeit
- Anpassungsvermögen
- Organisations- und Improvisationstalent
- Schnelle Auffassungsgabe
- Die Fähigkeit zum selbstständigen Handeln
- Entschlusskraft und Entscheidungsfreudigkeit
- Geduld
- Hochgradige Einsatzbereitschaft

Es gibt zwei weitgehend verschiedene Aufgabengebiete für Reiseleiter, die eine Unterscheidung in zwei Berufsgruppen erfordern:



*Das generelle Ziel der Arbeit von Reiseleitern:
Sorgloser und abwechslungsreicher Urlaub
für zufriedene Gäste!*



7.2 Der Ortsreiseleiter

Viele Touristikunternehmen setzen für die Sommer- oder Wintersaison in wichtigen Urlaubsorten Reiseleiter zur Betreuung ihrer Gäste am Reiseziel ein.

Die Tätigkeiten lassen sich in drei Bereiche gliedern:



Text 1: Drei Bereiche der Reiseleitertätigkeit

Das Aufgabengebiet umfasst dabei ein weites Betätigungsfeld:



- **Betreuer und Ansprechpartner** für die Gäste
- **Repräsentant** des Veranstalters vor Ort
- **Durchführung** von Ausflugsfahrten und anderen Aktivitäten
- **Zusammenarbeit** mit Leistungsträgern (Hotel, Taxi oder Busunternehmen etc.) und örtlichen Behörden
- **Sicherstellung** der Vertragsleistungen
- **Kontrolle und Bezahlung** der Leistungen

Das entscheidende Ziel jeder Aktivität des Reiseleiters ist der Dienst am Kunden. Der Reiseleiter kümmert sich darum, dass die

materiellen Ansprüche der Gäste sicher erfüllt werden. Er muss aber auch die ideellen Erwartungen der Urlauber im Auge behalten, ob es nun um die Gestaltung eines Ausflugs geht oder um rasche Hilfe in einer Notsituation. In jedem Fall sollen die Gäste ihren Urlaub sorglos verbringen und sich wohl fühlen.

1 Ankunft der Gäste



Die Betreuung der Gäste beginnt mit dem Transfer bei der Ankunft. Der erste Eindruck, den der Gast gewinnt, wenn er im Zielgebiet eintrifft, ist vielfach entscheidend für seine Einstellung zum ganzen Urlaub. Der organisierte Transfer und die informative Begrüßung sind also besonders wichtig. Während des Transfers vom Flughafen ins Hotel weist der Reiseleiter die Gäste auf das stattfindende Begrüßungs- und Informationsgespräch und die entsprechenden Hotelaushänge hin.

Der Reiseleiter betreut seine Gäste also bereits am Ankunftsflughafen in Zielgebiet. Er bietet unter anderem Hilfestellung bei Fragen oder Problemen im Hotel bis hin zur Vermittlung von Ausflügen und Mietwagen.

2 Das Begrüßungs- und Informationsgespräch

Meist mit einem Begrüßungscocktail verbunden, soll das Begrüßungs- und Informationsgespräch (welches meist einen Tag nach Anreise stattfindet) wichtige Voraussetzungen für einen gelungenen Urlaubsaufenthalt schaffen. Es fördert die Kontaktaufnahme zwischen Reiseleiter und Gästen sowie zwischen den Gästen untereinander. Ebenfalls dient dieses Begrüßungsgespräch dazu, den Service und die Einrichtungen des Hotels bekannt zu machen und detaillierte Informationen wie z.B. Geldwechsellmöglichkeiten, Verbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Mietwagenanbieter usw. an die Gäste weiterzugeben. Das Begrüßungsgespräch bietet Informationen über den Zielort und

seine Möglichkeiten, über Land und Leute und über das Veranstaltungs- und Ausflugsprogramm.

In den festgelegten **Informationsstunden** ist der Reiseleiter im Hotel für die Beratung und Betreuung der Gäste da. Die Stunden sollten regelmäßig, wenn es die Anzahl der betreuten Hotels und die übrigen Arbeiten erlauben, am besten täglich stattfinden. Informationsstunden sollten in Zeiten gelegt werden, in denen sich die meisten Gäste auch im Hotel aufhalten, z. B. vor und nach dem Essen. Die festgesetzten Sprechstunden werden im Hotelanschlag und in der Hotelmappe veröffentlicht und müssen unbedingt eingehalten werden.

3 Die Urlaubsgestaltung

Der Ortsreiseleiter ist Ansprechpartner für seine Gäste. In größeren Feriengemeinden gibt es bei manchen Reiseveranstaltern so genannte Infocenter. Hier können sich die Gäste auch telefonisch außerhalb der Öffnungszeiten an die Reiseleiter wenden. Meist ist ein 24-Stunden-Service-Telefon eingerichtet.

Ein Reiseleiter, der seine Betreuungsaufgaben ernst nimmt, bietet sowohl das Ausflugsprogramm des Veranstalters an, als auch zusätzliche Aktivitäten. Denn meist erwarten die Gäste, dass er für sie gemeinschaftliche Unternehmungen unterschiedlichster Art organisiert und selbst daran teilnimmt.

Gefragt sind Spaziergänge, gemeinsame Wanderungen, Stadtbummel, Lokalbesuche, Spiel und Sport im Freien. Die Gäste werden dabei nicht nur wunschgemäß beschäftigt, sondern haben auch gute Gelegenheit, sich untereinander besser kennen zu lernen und ins Gespräch zu kommen.

Mit einer professionellen Urlaubsgestaltung sorgt der Reiseleiter dafür, dass aus der gebuchten Urlaubsreise ein persönliches Ferienerlebnis für die Gäste wird, an das sie sich gerne erinnern. Und ein positives Urlaubserlebnis ist das beste Motiv, bei der



nächsten Reise wieder bei dem Veranstalter zu buchen, mit dem man zufrieden war.

Bei allen persönlichen Betreuungsmaßnahmen sollte der Reiseleiter es grundsätzlich vermeiden, mit einzelnen Reisegästen allein auszugehen oder einzelne Gäste offensichtlich zu bevorzugen.

4 Abreise



War der erste Eindruck bei Ankunft entscheidend für die ganze Einstellung zum Urlaubsaufenthalt, so sind die letzten Eindrücke bei Abreise mitentscheidend für die Bilanz, die Gäste nach ihrem Urlaub ziehen. Daher muss den Gästen unbedingt bei der Abreise die gleiche Aufmerksamkeit wie bei der Ankunft geschenkt werden.

Der Reiseleiter kümmert sich vor allem darum, dass die Gäste vollzählig mit komplettem Gepäck zur Abfahrt bereitstehen.

Auch bei knappen Transferzeiten darf für die Gäste keine Hetze und kein Durcheinander aufkommen. Für eine persönliche Verabschiedung muss genügend Zeit eingeplant werden.

5 Wichtige Hilfsmittel der Reiseleiter

Die Arbeitsmappe



Wichtigstes Utensil des Reiseleiters ist seine Arbeitsmappe, sozusagen das mobile Reiseleiterbüro. Damit hat er seine kompletten Unterlagen immer zur Hand und kann jederzeit schnell und richtig Auskunft geben. In die Mappe gehören folgende Arbeitsmittel:

- **Gästebuch** mit Gästenamen, Hotelbelegung und Rückflugdaten
- **Arbeitsplan** mit Gästefinfos, Bürodienstzeit und Transferzeiten
- **Telefonregister** mit allen örtlichen Kontakten

- **Ortsinformation** mit wichtigen Adressen, Sehenswürdigkeiten, Öffnungszeiten
- **Gebührenübersicht** für Porto- und Telefongebühren
- **Verkehrsverbindungen** mit Flug-, Bahn-, Busplänen
- **Ausflugsmaterial** mit Programmen, Preisen, Buchungslisten.

Für die Gästeinformation im Hotel gibt es üblicherweise eine Hoteltafel, die in Übereinkunft mit dem Hotelier angebracht ist. Es liegt am Reiseleiter, der Tafel seines Unternehmens einen gut sichtbaren Platz zu sichern.

Zusätzlich können den Reiseleiter technische Hilfsmittel, wie Handy, Smartphone und Laptop unterstützen.

Die Hoteltafel

Auf der Hoteltafel sollten folgende Informationen stehen:

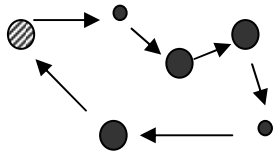
- **Informationsstunden** des Reiseleiters
- **Informationen zur Rückreise**
- **Ortsinformationen** (Öffnungszeiten, Post-/ Bankservice)
- **Ausflugsprogramme**
- Aktuelle **Wechselblätter** mit Sonderausflügen, Veranstaltungen und aktuellen Hinweisen.



Die Hotelmappe

Die Hotelmappe sollte zusätzlich für die Gäste ausliegen. Sie enthält neben den gleichen Informationen wie auf der Hoteltafel ausführlicheres Material über Reiseland, Zielort und Verlauf der angebotenen Ausflüge.

7.3 Der Rundreiseleiter



Rundreiseleiter begleiten und betreuen die Reisegruppe während der kompletten Rundreise, also während der Fahrt, bei Besichtigungen, Ausflügen und am Tagesziel.

Sie informieren die Gäste über Land und Leute, führen Besichtigungen durch und geben Hintergrundinformationen. In vielen Ländern ist es bei Stadtführungen und örtlichen Besichtigungen allerdings Vorschrift, einen einheimischen Führer zu beschäftigen. Hier muss der Rundreiseleiter oft übersetzerische Unterstützung leisten.

1 Besondere Voraussetzungen für Rundreiseleiter

Zu den Eingangs ausführlich geschilderten persönlichen Eignungsvoraussetzungen kommen beim Reiseleiter für Rundreisen noch zusätzliche Anforderungen hinzu, wie:

- sehr gute **Sprachkenntnisse**
- tiefgehende **Landeskenntnisse**
- **geographisches und historisches Wissen**
- **politisches und wirtschaftliches Wissen**
- **psychologisches Einfühlungsvermögen** und Kenntnisse der Gruppendynamik
- Fähigkeit zur **Menschenführung**

2 Die Reisevorbereitung

Die **sorgfältige Vorbereitung** auf die Reise ist die wichtigste Voraussetzung für eine gelungene Rundreise und den persönlichen Erfolg des Reiseleiters. Im Normalfall geben die Veranstalter dem Reiseleiter exakte Richtlinien und Anweisungen für die jeweilige Tour an die Hand.

Vor Beginn der Reise arbeitet der Reiseleiter den Reiseplan mit Streckenführung und Tagesprogrammen intensiv durch und vergleicht dabei auch, ob das ihm vorliegende Programm mit der Ausschreibung im Reiseprospekt, den die Gäste erhalten haben, übereinstimmt. So kann er bei eventuellen Änderungen durch rechtzeitige Information der Gäste von vornherein unnötigen Ärger vermeiden.

3 Vollständige Reiseunterlagen



Nächster Schritt ist das Studium aller vom Veranstalter zur Verfügung gestellten Reiseunterlagen und die Prüfung, ob alles vollständig ist. Zu den Reiseunterlagen zählen vor allem folgende Informationen und Organisationshilfen:

- das detaillierte **Reiseprogramm**
- die **Teilnehmerliste** mit den Mitgliedern der Reisegruppe und ihren Buchungsdetails
- das **Unterkunftsverzeichnis** für die ganze Reise
- die **Dienstanweisung** für Reiseleiter und Fahrer
- diverse **Zahlungsmittel**, Bargeld, Devisen, Gutscheine (Vouchers) zur Begleichung von Hotel-/Restaurantrechnungen sowie zur Bezahlung von Dienstleistungen aller Art
- **Abrechnungformulare** für die Buchhaltung während der Reise.

Dazu kommt meist ein umfangreicher Informationsordner für die betreffende Rundreise, der alles Wissenswerte über das bereiste Gebiet enthält. Er basiert auf den Erfahrungen der Reiseleiter und wird laufend aktualisiert. Auch diese Dinge studiert der Reiseleiter vor Beginn der Reise noch einmal genau. Nützlich ist es außerdem, die vorgesehene Streckenführung anhand aktuellen Kartenmaterials zu überprüfen, um sich auf eventuelle kleine Änderungen vorzubereiten.

4 Vor Beginn der Reise



Entscheidend für den Erfolg einer Rundreise ist, dass es dem Reiseleiter gelingt, aus seiner meist zufällig zusammengesetzten Gästegruppe eine echte Gemeinschaft zu machen. Hier ist sein Integrationsgeschick gefragt, das sich z. B. auch darin äußert, dass er versucht, sich Gesichter und dazugehörige Namen der Gäste so schnell wie möglich einzuprägen, um die Gäste persönlich ansprechen zu können.

Mit einer überzeugenden ersten Ansprache an die Reisegruppe gibt der Reiseleiter einen ersten Eindruck von seinen Fähigkeiten, kann in der schwierigen Phase des sich Kennen lernen Sympathiepunkte sammeln und für eine lockere Atmosphäre sorgen.

5 Begrüßungsansprache

Inhaltlich sollte die Begrüßungsansprache vor allem folgende Gesichtspunkte berücksichtigen:

- **Informationen** über das Programm und den technischen Ablauf der Reise
- allgemeine **Verhaltensregeln** für das Reisen miteinander
- bei Auslandsreisen: Pass- und Devisenbestimmungen, Umrechnungskurse
- **Hinweise**, dass Reisedokumente, Fotoapparate und Filme im Hand- und nicht im Reisegepäck mitgeführt werden sollten.
- das **Angebot**, dass die Reiseteilnehmer sich mit Wünschen und Problemen jederzeit an den Reiseleiter wenden können.

6 Unterwegs



Während der Fahrt informiert der Reiseleiter über die Sehenswürdigkeiten, die Landschaft, über Land und Leute, Geschichte, Sitten und Gebräuche. Entscheidend für den Erfolg seiner Ausführungen ist eine lebendige, überzeugende Darstellung.

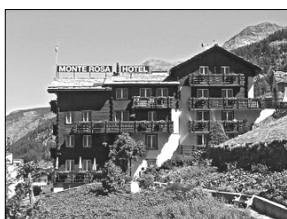
Gerade auf längeren Fahrstrecken gibt es genug Gelegenheit, ausführlicher und in die Tiefe gehend über das bereiste Gebiet zu berichten. Ein gut vorbereiteter Reiseleiter hat dafür ein Konzept zur Hand, das ihm hilft, nichts Wichtiges zu vergessen und unnötige Wiederholungen zu vermeiden.

Neben Wissenswertem sind es vor allem auch praktische Hinweise, welche die Gäste unterwegs erwarten. So z. B. die Aufklärung über die landesüblichen Trinkgelder oder etwa bestehende Fotografierverbote. Aber auch über die im fremden Land üblichen Bekleidungsregeln, deren Einhaltung Gästen wie Reiseleiter peinliche Situationen erspart.

Wenn sich die Reisegesellschaft dem Tagesziel nähert, informiert der Reiseleiter seine Gäste über

- den Ablauf des **Eincheckens** im Hotel,
- das **Programm des Abends**
- die **Planung** für den folgenden Tag

7 Ankunft im Hotel



Bei Ankunft im Hotel ist Organisationstalent gefragt. Die Zimmer werden richtig an die Gäste verteilt, die Gepäckstücke ausgeladen und das Abendessen wird vorbereitet. Nach dem Essen sollten sich, wenn möglich, alle Reisetilnehmer zusammenfinden, damit der Reiseleiter den **Programmablauf für den nächsten Tag** detailliert bekannt geben kann. Ebenso teilt er ihnen mit, wie sich die Abfahrt gestaltet und gibt außerdem Tipps, was die Gäste am Abend noch unternehmen können oder geht auch gemeinsam mit ihnen aus.

7.4 Reiseleiter und Reklamationen



1 Allgemeine Regeln

Auch im Urlaub ist es wie im richtigen Leben: **Pannen kommen immer wieder einmal vor.** Und schlecht gelaunte Menschen fühlen sich auch im schönsten Ferienparadies nicht wohl. Selbst wenn ein Fehler beim Reiseunternehmen oder bei seinen Vertragspartnern liegt - der Reiseleiter, ob auf der Rundreise oder am Zielort, ist automatisch das direkte Ziel jeglicher Unmutsäußerungen.

Dabei hat es sich bewährt, folgende Regeln einzuhalten:

§ **REGEL 1 Gelassen und korrekt reagieren!**

Bei der Behandlung von Reklamationen zeigen sich die wahren Stärken des guten Reiseleiters: Er steht ihnen gelassen, sachlich, verbindlich und als korrekter Repräsentant seines Unternehmens gegenüber - und folgt dabei folgenden wichtigen Grundsätzen:

§ **REGEL 2 Schnell nachgehen!**

Jede Reklamation muss schnell und ohne Aufsehen untersucht werden. Zeigen sich dabei Missverständnisse oder Pannen, die von der Organisation des Reiseunternehmens zu verantworten sind, ist eine unkomplizierte, kulante Regelung angebracht.

§ REGEL 3 Objektiv betrachten!

Jede Reklamation muss objektiv betrachtet werden. Unsachliche Äußerungen und Rechthaberei gegenüber dem Gast sind immer fehl am Platz.

§ REGEL 4 Probleme vor Ort lösen!

Alle Beschwerden sollten soweit möglich vor Ort behoben werden. Denn wenn der Gast abgereist ist und sich direkt an das Unternehmen wendet, ist die Verärgerung meist noch größer.

§ REGEL 5 Nicht auf Abwesende schieben!

Es ist kein schöner Zug und wird vom Gast auch nicht akzeptiert, wenn der Reiseleiter die Schuld für ein Panne auf Abwesende, z. B. die Buchungsstelle oder die Zentrale des Reiseveranstalters, schiebt. Besser, der Reiseleiter entschuldigt sich und gibt den Fehler zu, ohne auf fremdes Versagen hinzuweisen.

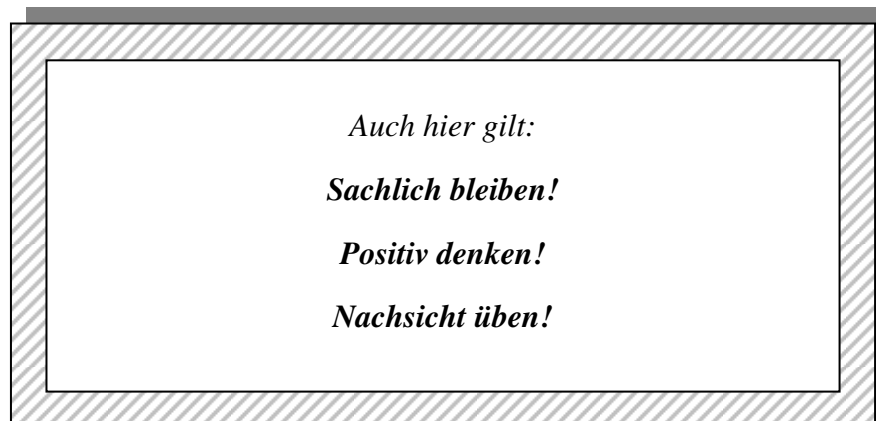
2 Gastbedingte Reklamationen

Nicht alle Beschwerden haben unbedingt mit einer Panne beim Reiseveranstalter, seinem Vertragspartner oder beim Reiseleiter zu tun. Es gibt auch Reklamationen, die sich aus der **Persönlichkeit des Gastes** ergeben.

Folgende Typen werden unterschieden:

Typ	Beschreibung
Der Ankunfts-Beschwerdeführer	Der Ankunftsbeschwerdeführer ist meist ermüdet von der langen Anreise und seine schlechte Laune lässt ihn alles negativ sehen. Ihn sollte der Reiseleiter nachsichtig behandeln und freundlich zu einer Unterredung am nächsten Tag bitten. Denn ist der Gast erst einmal ausgeschlafen, wird er vieles mit anderen Augen sehen.
Der Schlechtwetter-Nörgler	Der Schlechtwetter-Nörgler ist übelgelaunt, weil ihm anhaltend schlechtes Wetter die Stimmung verdorben hat. Der kluge Reiseleiter baut vor und kümmert sich in Schlechtwetterperioden besonders intensiv um Beschäftigung für seine Gäste, damit schlechte Laune gar nicht erst aufkommt.
Der Enttäuschte	Der Enttäuschte hat sich in den Medien eine übertriebene Idealvorstellung von Urlaubszielen angeeignet, die die Realität nun einmal nicht bieten kann. Mit einem verständnisvollen Gespräch kann der Reiseleiter ihn behutsam auf den Boden der Tatsachen zurückholen und ihm die positiven Aspekte seines Urlaubsziels deutlich machen.
Der notorische Meckerer	Der notorische Meckerer hat ein Persönlichkeitsproblem und kann damit eine ganze Reisegruppe anstecken. Ihm kann der Reiseleiter nur mit Sachlichkeit und Höflichkeit begegnen und im Extremfall sogar die Bitte aussprechen, er möge gegen Erstattung der nicht beanspruchten Leistungen doch die Rückreise antreten.
Der Berufsreklamant	Der Berufsreklamant kann meist auf einschlägige Erfahrungen zurückblicken: Ihm wurden aus Kulanz oder Rechtsanspruch bereits einmal Beträge erstattet. Nun versucht er auch auf weiteren Reisen, durch gezielte Reklamationen sein Urlaubsbudget zu entlasten . Hier ist exakte Sachlichkeit ganz besonders angebracht, um mögliche unberechtigte Regressansprüche zurückweisen zu können.

Tabelle 12: Typen der Gastbedingten Reklamationen



8 ZUSAMMENFASSUNG + AUSBLICK

Mit Ihrem ersten Kapitel haben Sie sich nun mit den Grundbegriffen zum Thema Tourismus beschäftigt und gesehen, dass Ihr Interessensgebiet seit langem besteht. Vor allem die Verkehrsmittel Bahn, PKW und Flugzeug haben den Tourismus bis zu seinem heutigen Stadium geführt. Und auch heute befindet sich der Tourismus in einem ständigen Wandel.

Tourismus ist Dienstleistung! Eine große Anzahl von Leistungsanbietern (Vermittlungsbetriebe, Verkehrsträger, Beherbergungsindustrie etc.) fügen sich wie eine Kette zusammen, um die verschiedenen Dienstleistungen als Leistungspaket anzubieten.

Urlaub ist ein Standardbedürfnis der Deutschen. Jeder Reisende hat individuelle Reismotive und gehört zu einem charakteristischen Urlaubertyp. Zudem kann der Reisezweck und das Reiseverhalten sehr unterschiedliche Formen annehmen - warum, wie und wohin wird gereist.

Die Palette der Berufsmöglichkeiten im Tourismus ist enorm breit. Ein häufiger Beruf ist der des Reiseleiters, dessen Aufgabe es ist, „sorglosen und abwechslungsreichen Urlaub für seine Gäste“ zu bieten.

AUSBLICK

In der nächsten Lektion werden Sie tiefer in das Thema Tourismus einsteigen und sich u. a. mit den interessanten Bereichen der Vermarktung des touristischen Angebotes und der Beherbergungsindustrie beschäftigen.

Freuen Sie sich drauf!

9 QUELLEN + LITERATURHINWEISE

Bücher

A. Schulz, W. Berg, M.A. Gardini, T. Kirstges; **Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen**; Oldenbourg; 2010

Walter Freyer; **Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie**; Oldenbourg; 2009

De la Motte; **Wirtschaften und erfolgreich verkaufen im Tourismus**; Winklers Verlag, 2009

Michael Weier; **Gäste professionell führen**; 2007; KSB Verlag

Internet

F.U.R.; Reiseanalyse RA 2011: www.fur.de

DRV; Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt, 2010
www.driv.de

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.; Incoming Tourismus
Deutschland Edition 2010: www.deutschland-tourismus.de

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Motto „Kurz nah weg –
Kurzurlaub in Deutschland“: www.kurz-nah-weg.de

Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft;

Wirtschaftsfaktor Tourismus: www.btw.de

Bundesministerium für Wirtschaft; Branchenskizze,
Branchenkonjunktur: www.bmwi.de

www.destatis.de

Autorundreise USA: www.usareisen.de

Weitere Informationen: www.fvw.de

www.ikarus-reisen.de

www.launer-reisen.de

Fotos

Die abgebildeten Fotos stammen, sofern nicht anders angegeben,
aus dem Fotoarchiv des Travel College für Touristik.

Ausgewiesene Marken gehören ihren jeweiligen Eigentümern.