

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsübersicht</b> .....	V
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	VII
<b>Vorwort</b> .....	XIX

## **Teil A: Die Reisebürobranche - Entwicklung und Funktionen**

<b>1</b>	<b>Reisebüros: Einführung</b> .....	3
	<i>(Prof. Dr. Wilhelm Pompl, Heilbronn)</i>	
1.1	Begriffsdefinitionen.....	3
1.2	Arten von Reisebüros.....	4
1.2.1	Dominierender Geschäftsbereich.....	4
1.2.2	Haupt- oder Nebenerwerb.....	6
1.2.3	Rechtliche und wirtschaftliche Selbständigkeit .....	7
1.3	Formen der Reisebürokooperation.....	8
1.3.1	Reisebürokooperationen.....	8
1.3.2	Franchise .....	10
1.4	Funktionen des Reisebüros .....	11
1.4.1	Stellung des Reisebüros im Tourismus-Vertriebssystem.....	11
1.4.2	Reisebüro und Produzenten .....	13
1.4.3	Reisebüro und Zwischenhändler .....	16
1.4.4	Reisebüro und Kunde .....	17
1.4.5	Divergierende Interessenlagen .....	20
1.5	Wettbewerbssituation .....	22
<b>2</b>	<b>Entwicklungsgeschichte der Reisebüros in Deutschland: von den Pionieren der Reisevermittlung und -organisation zu horizontal und vertikal integrierten Reisekonzernen</b> .....	31
	<i>(Dipl.-Volkswirt Werner Sülberg, Frankfurt)</i>	
2.1	Entwicklung kommerzieller Reisemarktstrukturen in Deutschland .....	31
2.1.1	Entstehung des Reisevermittler-Gewerbes.....	31
2.1.2	Entwicklung von Reiseveranstaltern durch Initiativen und Reaktionen der Reisebüros.....	32
2.1.3	Verflechtungen zwischen Reisevermittler- und Reiseveranstaltergewerbe .....	34
2.1.4	Horizontale Konzentration des Reisebüromarktes .....	36

# Inhaltsübersicht

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	VII
---------------------------------	-----

<b>Vorwort</b> .....	XIX
----------------------	-----

## Teil A:

### **Die Reisebürobranche: Entwicklung und Funktionen**

1 Reisebüros - Einführung ( <i>Pompl</i> ).....	3
2 Entwicklungsgeschichte der Reisebüros in Deutschland ( <i>Sülberg</i> ).....	31
3 Leistungspalette und Kundengruppen in Reisebüros ( <i>Menekse</i> ).....	61
4 Erwartungen an Reisebüros aus Kundensicht ( <i>Frommer</i> ).....	81

## Teil B:

### **Management im Reisebüro**

1 Reisebüro-Management - allgemeine Grundlagen ( <i>Freyer</i> ).....	99
2 Potentialmanagement: Informations- und Reservierungssysteme ( <i>Schulz</i> )....	141
3 Prozeßmanagement im Reisebüro: die qualitäts- und produktivitätsorientierte Gestaltung der Leistungserstellung ( <i>Heller</i> ).....	161
4 Marketingforschung ( <i>Barg</i> ).....	175
5 Operatives Marketing: der Einsatz und die Gestaltung der Marketinginstrumente im Reisebüro ( <i>Schrand</i> ).....	201
6 Personalmanagement in Reisebürounternehmen ( <i>Kirstges</i> ).....	225
7 Finanzmanagement im Reisebüro ( <i>Voigt</i> ).....	249

## Teil C:

### **Rahmenbedingungen des Reisebüro-Managements**

1 Die Tätigkeiten des Reisebüros aus dem Blickwinkel des Rechts ( <i>Schmid</i> ) ...	267
2 Steuern im Reisebüro ( <i>Kleinert</i> ).....	281
3 Versicherungen für das Reisebüro: Betrieblicher Nutzen und persönliche Vorsorge ( <i>Tilly</i> ).....	301
4 Informationssysteme und neue Medien ( <i>Weithöner</i> ).....	315
5 Aus- und Weiterbildung für Reisebüros ( <i>Schöpp</i> ).....	341
6 Die Reiseveranstaltung als ergänzendes Tätigkeitsfeld von Reisebüros ( <i>Krüger</i> ).....	365

## Teil D:

### **Zukunftsperspektiven**

Zukunftsperspektiven des Reisemittlergewerbes ( <i>Hesselmann</i> ).....	391
--	-----

<b>Anhang</b> .....	407
---------------------	-----

2.1.5	Internationale Expansion und Kooperation des deutschen Reisevermittlungsgewerbes .....	40
2.2	Struktur und quantitative Entwicklung des Reisebüromarktes .....	45
2.2.1	Relevanter Markt .....	45
2.2.2	Anzahl und Struktur der Reisevermittlungsstellen in langfristigen Entwicklungszyklen .....	46
2.2.3	Volumen und Struktur der Reisevermittlungsumsätze .....	47
2.2.4	Regionale Struktur und Vertriebsformen von Reisevermittlungsstellen.....	48
2.3	Horizontale und vertikale Konzentrationstendenzen im Spannungsfeld schrumpfender Ertragsmargen und Wertschöpfungsprozesse .....	51
2.3.1	Gründe für horizontale und vertikale Konzentrationsentwicklung .....	51
2.3.2	Zukunftsperspektiven der Konzentrationsentwicklungen.....	54
3	<b>Leistungspalette und Kundengruppen in Reisebüros</b> .....	61
	<i>(Dipl.-Betriebswirt (FH) Bülent Menekse, Heilbronn)</i>	
3.1	Bedeutung und Funktion .....	61
3.2	Abnehmer .....	62
3.2.1	Abnehmersegmente .....	62
3.2.2	Abnehmerbedürfnisse und -verhalten.....	63
3.2.3	Abnehmererwartungen .....	64
3.2.4	Abnehmer-Schwerpunktstrategien.....	65
3.3	Leistungspalette im Reisebüro .....	68
3.3.1	Kommunikationsschnittstellen.....	68
3.3.2	Geschäftsbereiche und Leistungsprozesse .....	69
3.3.3	Reisebürotypen und Leistungssegmente .....	71
3.4	Lieferanten.....	71
3.4.1	Lieferantentypen .....	71
3.4.2	Lieferanten-Schwerpunktstrategien.....	73
3.4.3	Vertriebspolitik der Lieferanten .....	77
4	<b>Kundenerwartungen an Reisebüros</b> .....	81
	<i>(Dipl.-Kauffrau Sabine Frommer, Dresden)</i>	
4.1	Einführung .....	81
4.2	Entstehung und Beeinflussung der Erwartungshaltung der Kunden.....	83
4.3	Die Reisebüroleistungen aus Kundensicht .....	84
4.3.1	Die Erforschung der Kundenerwartungen .....	84
4.3.2	Die Ergebnisse ausgewählter empirischer Untersuchungen.....	87
4.4	Die Umsetzung der Kundenerwartungen im Reisebüro .....	93

**Teil B: Management im Reisebüro**

<b>1</b>	<b>Reisebüro-Management: allgemeine Grundlagen</b> .....	99
	<i>(Prof. Dr. Walter Freyer, Dresden)</i>	
1.1	Einleitung: Management für Reisebüros.....	99
1.1.1	Gestiegene Anforderungen an das Management von Reisebüros.....	99
1.1.2	Besonderheiten des Managements für Reisebüros.....	100
1.1.3	Die allgemeine Managementlehre als Basis für das Reisebüro- Management.....	104
1.2	Management als Institution/Person.....	107
1.2.1	Das institutionelle Verständnis von Management.....	107
1.2.2	Manager-Ebenen/-Hierarchien.....	108
1.2.3	Manager-Eigenschaften und -Qualifikationen .....	110
1.3	Management als Funktion (Funktionales Management).....	112
1.3.1	Hauptfunktionen des Managements für Reisebüros .....	113
1.3.1.1	Management von Hauptfunktionen - Übersicht .....	113
1.3.1.2	Die „klassischen“ Hauptfunktionen im Reisebüro-Management.....	114
1.3.2	Management von - einzelnen - Funktionsbereichen .....	118
1.3.3	Integratives oder ganzheitliches Management.....	122
1.3.3.1	Management als Querschnittsfunktion .....	122
1.3.3.2	Das „integrative“ Management-Modell .....	123
1.3.4	Phasenorientierte Managementfunktionen.....	128
1.3.4.1	Management der Immaterialität von Dienstleistungen in Reisebüros.....	129
1.3.4.2	Management des Prozeßcharakters von Dienstleistungen in Reisebüros.....	130
1.3.4.3	Management der Interaktion von Dienstleistungen in Reisebüros.....	131
1.4	Management als Prozeß .....	135
1.4.1	Der Management- oder Führungs-Kreislauf.....	136
1.4.2	Management als logistische Ablaufplanung .....	137
1.4.3	Prozeßorientiertes Management.....	138
1.5	Fazit .....	140
<b>2</b>	<b>Potentialmanagement: Informations- und Reservierungssysteme</b> .....	141
	<i>(Prof. Dr. Axel Schulz, Kempten)</i>	
2.1	Front-Office-Management .....	142
2.1.1	Informations- und Beratungssysteme .....	143
2.1.2	Reservierungssysteme .....	143
2.1.2.1	Funktionen und Unterscheidungsmerkmale .....	144
2.1.2.1.1	Start/Amadeus.....	148

2.1.2.1.2	Weitere Systeme.....	153
2.2	Mid Office-Management.....	155
2.3	Back-Office-Management .....	157
<b>3</b>	<b>Prozeßmanagement im Reisebüro: die qualitäts- und produktivitätsorientierte Gestaltung der Leistungserstellung.....</b>	<b>161</b>
	<i>(Dr. Markus Heller, München)</i>	
3.1	Prozeßorientierte Leistungserstellung .....	161
3.2	Qualitätsorientierte Leistungserstellung .....	162
3.2.1	Die Erwartungen des Kunden im Mittelpunkt der Leistungserstellung .....	162
3.2.2	Dienstleistungsqualität im Beratungs- und Verkaufsgespräch .....	163
3.3	Produktivitätssteigerung in der Leistungserstellung.....	169
3.3.1	Kundenorientierte Geschäftsprozesse optimal gestalten.....	169
3.3.2	Zusatzgeschäfte zur Ertragsoptimierung.....	173
<b>4</b>	<b>Marketingforschung.....</b>	<b>175</b>
	<i>(Prof. Dr. Claus-Dieter Barg, Heilbronn)</i>	
4.1	Der Hintergrund .....	175
4.2	Markt- und Marketingforschung.....	176
4.3	Arbeitsschritte der Marketingforschung .....	179
4.4	Organe der Informationsbeschaffung.....	181
4.5	Informationsbedürfnisse.....	182
4.6	Daten und Informationsquellen.....	184
4.6.1	Sekundärforschung .....	184
4.6.2	Primärforschung .....	187
4.6.2.1	Befragung.....	190
4.6.2.2	Beobachtung.....	197
4.6.2.3	Experiment .....	198
4.7	Daten- und Informationsanalyse.....	198
<b>5</b>	<b>Operatives Marketing: der Einsatz und die Gestaltung der Marketinginstrumente im Reisebüro .....</b>	<b>201</b>
	<i>(Dipl.-Soziologe Axel Schrand, München)</i>	
5.1	Marketinginstrumente im Reisebüro.....	201
5.2	Angebots- und Leistungs politik.....	201
5.2.1	Begriff und Bedeutung.....	201
5.2.2	Vermittelte Touristik.....	203
5.2.3	Eigene Touristik .....	206
5.2.4	Firmendienst.....	207

5.2.5	Touristische Komplementärangebote.....	209
5.3	Kommunikationspolitik .....	213
5.3.1	Begriff und Bedeutung.....	213
5.3.2	Verkaufsförderung .....	213
5.3.2.1	Verkaufspersonal-Ebene.....	214
5.3.2.2	Reisebüro-Ebene.....	216
5.3.2.3	Endverbraucher-/Kunden-Ebene.....	217
5.3.3	Public Relations.....	217
5.3.4	Werbung .....	218
5.3.5	New Media-Werbung .....	223
<b>6</b>	<b>Personalmanagement in Reisebüros.....</b>	<b>225</b>
	<i>(Prof. Dr. Torsten Kirstges, Wilhelmshaven)</i>	
6.1	Organisatorische Voraussetzungen des Personalmanagements .....	225
6.1.1	Definitionen und Themenabgrenzung - Problembereiche von Organisation und Personalmanagement .....	225
6.1.2	Zur besonderen Situation mittelständischer Reisebüros .....	226
6.1.3	Aufgabenanalyse und Ermittlung des Tätigkeitsumfangs.....	226
6.1.4	Koordination der einzelnen Tätigkeiten und Stellenbildung .....	227
6.1.4.1	Logisch-zeitliche Anordnung der Einzelaufgaben.....	227
6.1.4.2	Zusammenfassung der Einzeltätigkeiten zu Stellen unter Berücksichtigung des Zentralisationsgrades.....	229
6.1.4.3	Hierarchische Anordnung der Stellen und Verteilung der Weisungsbefugnis.....	230
6.2	Ausgewählte Probleme des Personalmanagements im Reisebüro .....	231
6.2.1	Die Teilbereiche des Personalmanagements .....	232
6.2.2	Die Personalbedarfsplanung .....	233
6.2.2.1	Grundüberlegungen zur Bedeutung einer Personal- bedarfsplanung .....	233
6.2.2.2	Die Ermittlung des quantitativen Personalbedarfs .....	233
6.2.2.3	Die Ermittlung des qualitativen Personalbedarfs.....	234
6.2.2.3.1	Überblick .....	234
6.2.2.3.2	Kriterien der Personalauswahl: Anforderungen von Reisemittlern an potentielle Mitarbeiter .....	234
6.2.3	Ausgewählte Aspekte des Personaleinsatzes: Möglichkeiten und Probleme der Arbeitszeitflexibilisierung.....	237
6.2.3.1	Grundüberlegungen zur Personaleinsatzplanung.....	237
6.2.3.2	Die Bedeutung der Dienstleistungseigenschaften für die Personaleinsatzplanung .....	237
6.2.3.3	Regelung der Arbeitszeit und Arbeitszeitmodelle .....	238
6.2.3.3.1	Zur Problematik der Arbeitszeitflexibilisierung .....	238
6.2.3.3.2	Vorgehensweise bei der Erstellung von Arbeitsplänen.....	239

6.2.4	Entlohnung im Reisebüro - Grundlagen der Mitarbeitererfolgsbeteiligung .....	242
6.2.4.1	Grundüberlegungen zur Mitarbeiterentlohnung in Reisebüros.....	242
6.2.4.2	Mitarbeitererfolgsbeteiligung - oder: Wie motiviere ich meine Mitarbeiter zu Höchstleistungen? .....	242
6.2.4.3	Ziele eines Mitarbeitererfolgsbeteiligungssystems.....	243
6.2.5	Personalfreistellung: Zeugnisformulierung .....	245
6.2.5.1	Globale Leistungsbeurteilung .....	245
6.2.5.2	Angabe des Ausscheidungsgrunds.....	246
6.2.5.3	Beurteilungsdimensionen eines qualifizierten Arbeitszeugnisses.....	247
<b>7</b>	<b>Finanzmanagement im Reisebüro .....</b>	<b>249</b>
	<i>(Prof. Dr. Peter Voigt, München)</i>	
7.1	Der Kapitalbedarf.....	249
7.2	Die Kapitalbeschaffung (Finanzierung).....	250
7.3	Die Liquidität .....	251
7.4	Gewinn-Management im Reisebüro .....	252
7.4.1	Instrument zur Ergebnisverbesserung .....	253
7.4.2	Gewinneinflußfaktoren.....	254
7.4.3	Kennzahlen im Gewinnmanagement .....	255
7.5	Aufgaben einer Führungskraft.....	259
7.5.1	Betriebsanalyse als Basisinstrument.....	259
7.5.1.1	Produktorientierte Analyse.....	260
7.5.1.2	Kundenorientierte Analyse .....	260
7.5.1.3	Mitarbeiterorientierte Analyse.....	260
7.5.2	Planung und Budgetierung.....	262
7.5.3	Organisation und Finanzmanagement.....	262
7.5.4	Aufgaben im Controlling .....	263

**Teil C: Rahmenbedingungen des Reisebüro-Managements**

<b>1</b>	<b>Die Tätigkeiten des Reisebüros aus dem Blickwinkel des Rechts .....</b>	<b>267</b>
	<i>(Dr. Ronald Schmid, Frankfurt/M.)</i>	
1.1	Vorbemerkungen.....	267
1.2	Die Tätigkeiten und Pflichten des Reisebüros.....	268
1.2.1	Die Vermittlung von Fremdleistungen.....	269
1.2.1.1	Die Vermittlung von einzelnen Reiseleistungen .....	269
1.2.1.2	Die Vermittlung von mehreren Reiseleistungen.....	269

1.2.2	Das Anbieten von eigenen Reiseleistungen .....	270
1.3	Die Haftung des Reisebüros aus dem Geschäftsbesorgungs- vertrag mit dem Kunden .....	271
1.3.1	Die Haftung für den Vermittlungserfolg .....	271
1.3.2	Die Haftung bei Verletzung von Sorgfaltspflichten .....	271
1.3.2.1	Fehler bei der Buchung .....	271
1.3.2.2	Fehler bei der Übergabe von Reiseunterlagen .....	272
1.3.2.3	Fehler bei der Annahme von Zahlungen .....	272
1.3.3	Die Haftung bei Verletzung von Informations- und Aufklärungs- pflichten .....	273
1.3.3.1	Die Beschaffung des Visums und Informationen über die Einreisebestimmungen .....	273
1.3.3.2	Die Beratung über den Reiseablauf .....	274
1.3.3.3	Beratung über preiswertere Reiseangebote .....	274
1.3.3.4	Beratung über die Zahlungsfähigkeit des Reiseveranstalters und die Qualität des Leistungserbringers .....	275
1.3.3.5	Beratung über Reiseversicherungen .....	275
1.3.3.6	Aufklärung über die Geltendmachung von Gewährleistungs- ansprüchen und unzulässige Rechtsberatung .....	276
1.3.3.6.1	Allgemeine Aufklärung über Rechtsansprüche .....	276
1.3.3.6.2	Rechtsberatung .....	276
1.3.4	Keine Haftung für eine mangelhafte Reiseleistung .....	277
1.4	Die Haftung des Reisebüros gegenüber dem Handelsherrn .....	277
1.5	Die Schadenshöhe .....	278
1.6	Die Verjährung von Ansprüchen .....	278
1.7	Schlußbemerkungen .....	279
<b>2</b>	<b>Steuern im Reisebüro</b> .....	281
	<i>(Justitiarin Corinna Kleinert, Frankfurt/M.)</i>	
2.1	Einführung .....	281
2.2	Buchführung .....	281
2.3	Lohnsteuer .....	282
2.3.1	Mitarbeiterreisen .....	282
2.3.1.1	Dienstreisen .....	283
2.3.1.2	Fachstudienreisen .....	284
2.3.2	Urlaubsreisen .....	285
2.3.2.1	Vorteilsgewährung durch den Arbeitgeber .....	285
2.3.2.2	Vorteilsgewährung durch Dritte .....	286
2.3.3	Agenten-Tickets .....	288
2.4	Umsatzsteuer .....	290
2.4.1	Allgemeines .....	290
2.4.2	Regelbesteuerung .....	291



2.4.2.1	Steuerpflichtige Vermittlungsleistungen.....	291
2.4.2.2	Steuerfreie Vermittlungsleistungen.....	293
2.4.2.3	Umsatzsteuer bei Nettopreistickets.....	294
2.4.3	Margenbesteuerung.....	296
<b>3</b>	<b>Versicherungen für das Reisebüro: Betrieblicher Nutzen und persönliche Vorsorge</b> .....	<b>301</b>
	<i>(Justitiar Klaus-Peter Tilly, Frankfurt/M.)</i>	
3.1	Einleitung: Versicherung als Risikomanagement.....	301
3.2	Das „Produkt“ Versicherungsschutz.....	301
3.2.1	Begriff und Rechtsgrundlagen.....	301
3.2.2	Grundregeln für den Versicherungsabschluß .....	302
3.3	Wichtige Versicherungssparten für das Reisebüro .....	303
3.3.1	Haftpflicht-Versicherungen (allgemein).....	303
3.3.1.1	Privathaftpflicht-Versicherung.....	303
3.3.1.2	Betriebshaftpflicht-Versicherung .....	305
3.3.2	Haftpflicht-Versicherungen für den touristischen Bereich.....	305
3.3.2.1	Vermögensschadenhaftpflicht-Versicherung für Reisebüros.....	305
3.3.2.2	Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Reiseveranstalter.....	306
3.3.2.3	Haftpflicht-Versicherung für Reiseveranstalter gegen Personen- und Sachschäden.....	306
3.3.3	Vertrauensschaden-Versicherung.....	307
3.3.3.1	Betriebstreuhand-Versicherung .....	307
3.3.3.2	Vertrauensschaden-Versicherung für Firmenkunden .....	308
3.3.3.3	Personenkautions-Versicherung .....	308
3.3.3.4	Vertrauensschaden-Versicherung für Reiseveranstalter.....	309
3.3.4	Wichtige Bausteine der privaten Vorsorge .....	310
3.3.4.1	Risiko-Lebensversicherung.....	310
3.3.4.2	Unfall-Versicherung.....	310
3.3.5	Reise-Versicherungen: Serviceangebot und Provisionsmehrung.....	311
3.3.5.1	Reise-Rücktrittskosten-Versicherung.....	312
3.3.5.2	Reise-Kranken-Versicherung .....	313
3.3.5.3	Versicherung von Beistandsleistungen auf Reisen und Rücktransportkosten.....	313
3.3.5.4	Reise-Gepäck-Versicherung .....	313
3.4	Schlußbemerkung.....	314
<b>4</b>	<b>Informationssysteme und neue Medien</b> .....	<b>315</b>
	<i>(Prof. Dr. Uwe Weithöner, Wilhelmshaven)</i>	
4.1	Grundlagen: Information und Kommunikation, Informationssysteme und Informationsmanagement .....	315

4.2	Informationssysteme und Reisebüros im Rahmen des tourismuswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesses.....	318
4.3	Computer-Reservierungssysteme (CRS) .....	319
4.3.1	Die Systeme im Überblick.....	319
4.3.2	Entwicklungen im Markt der „traditionellen“ Computer-Reservierungssysteme.....	323
4.3.3	Vertriebsunterstützende Dienstleistungen und Back-Office-Dienste der Computer-Reservierungssysteme .....	324
4.3.4	Anmerkungen zur Bewertung der Computer-Reservierungssysteme .....	326
4.4	Electronic Commerce via Internet und World Wide Web.....	328
4.4.1	Grundlagen .....	328
4.4.2	Voraussetzungen und Anforderungen des electronic Commerce.....	332
4.5	Reisebüros und World Wide Web .....	336
4.5.1	Reisebüros im Wettbewerb zum World Wide Web.....	336
4.5.2	Reisebüros als Teilnehmer im World Wide Web und virtuelle Reisebüros .....	337
4.5.3	Einbindung der Reisebüros in Travel-Malls der Computer-Reservierungssysteme und großer Reiseveranstalter.....	339
4.6	Fazit .....	340

**5 Aus- und Weiterbildung .....** 341  
*(Dipl.-Volkswirt Ulrich Schöpp, Berlin)*

5.1	Einführung.....	341
5.1.1	Das Reisebüro in der Tourismuswirtschaft.....	341
5.1.2	Die Arbeit im Reisebüro.....	343
5.2	Ausbildung für dasReisebürogewerbe .....	344
5.2.1	Betriebliche Ausbildung (Reiseverkehrskaufmann/-kauffrau).....	344
5.2.2	Die Ausbildung an Berufsfachschulen.....	345
5.2.3	Berufsakademische Ausbildung.....	346
5.2.4	Ausbildung an Fachhochschulen .....	347
5.2.5	Die Ausbildung an Universitäten .....	347
5.3	Die berufliche Weiterbildung.....	349
5.3.1	Formalisierte Weiterbildung .....	349
5.3.2	Die nichtformalisierte Weiterbildung.....	351
5.4	Die betriebliche Weiterbildung .....	352
5.4.1	Entwicklung.....	352
5.4.2	Ziele der betrieblichen Weiterbildung.....	353
5.4.3	Spannungsfeld Weiterbildung.....	353
5.4.4	Die Ermittlung des Bildungsbedarfs.....	354
5.4.5	Inhalte der Mitarbeiter-Weiterbildung.....	355

5.4.6	Die Qualifizierung der Manager .....	356
5.5	Zukunftsfragen der Qualifizierung .....	359
5.5.1	Das „lernende Reisebüro“ der Zukunft.....	359
5.5.2	Führungskräfte als Bildungsmanager.....	360
5.6	Weitere Informationsquellen .....	361
5.7	Einrichtungen der beruflichen Aus- und Weiterbildung (Adressenkatalog).....	362

**6 Die Reiseveranstaltung als ergänzendes  
Tätigkeitsfeld von Reisebüros .....** 365  
*(Dipl.-Kauffrau Cornelia Krüger, Dresden)*

6.1	Das Reisebüro als Reiseveranstalter.....	365
6.1.1	Wann ein Reisebüro zum Reisebüro wird .....	365
6.1.2	Aufgaben und Funktionen von Reiseveranstaltern.....	367
6.1.3	Die Arten von Reiseveranstaltern .....	369
6.1.4	Rechtliche Problematik.....	371
6.2	Besondere Aspekte des Reiseproduktes.....	373
6.2.1	Die Immaterialität der Reise.....	373
6.2.2	Arten von Reisen.....	374
6.2.3	Leistungen einer Pauschalreise .....	376
6.3	Organisation und Durchführung einer Reise am Beispiel einer Flugpauschalreise.....	380
6.3.1	Vertragsgestaltung .....	382
6.3.1.1	Verträge mit Beherbergungsbetrieben.....	382
6.3.1.2	Verträge mit Luftverkehrsgesellschaften .....	383
6.3.1.3	Preisquotierung.....	384
6.3.2	Die Reisepreiskalkulation.....	384
6.4	Schlußbemerkung.....	390

**Teil D: Zukunft der Branche**

**Zukunftsperspektiven des Reisemittlergewerbes .....** 391  
*(Dipl.-Kaufmann Gerd Hesselmann, Frankfurt/M.)*

1	Die Reisemittlerstufe.....	391
1.1	Position in der Wertschöpfungskette.....	391
1.2	Anzahl Reisebüros .....	392
1.3	Reisebüroumsatz.....	392
2	Das Branchenumfeld .....	393
2.1	Das politische Umfeld.....	393
2.2	Wirtschaftliches Umfeld.....	394
2.3	Technologisches Umfeld .....	394

2.4	Der Verbraucher / Reisende.....	397
3	Entwicklungen in der Reisebranche.....	397
3.1	Konzentrationsprozesse .....	397
3.2	Leistungsträgerstufe .....	398
3.3	Reiseveranstalter .....	399
3.4	Reisemittler .....	399
4	Zukunftschancen der Reisemittler.....	400
4.1	Was bleibt von den traditionellen Handelsfunktionen?.....	400
4.2	Was verkaufen Reisebüros?.....	401
4.3	Agent des Kunden.....	401
4.4	Prozeßeﬃzienz .....	403
4.5	Chancen durch Elektroniknutzung .....	404
4.5.1	Auf der Veranstalterstufe.....	404
4.5.2	Auf der Reisemittlerstufe.....	405
5	Resümee .....	406
 <b>Autorenverzeichnis</b> .....		 407
<b>Literaturverzeichnis</b> .....		411
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....		421
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....		425