

Vorwort	5
---------	---

Teil I

Tourismus und Marken **11**

1. Tourismus als entscheidende Größe der Volkswirtschaft	13
Die Geschichte des Tourismus	13
Die Definition von Tourismus	14
Die wirtschaftliche Dimension des Tourismus	15
Weltweite Reisemärkte	17
Reiseweltmeister Deutschland	19
Reiseziel Deutschland	23
2. Die Tourismuswirtschaft	24
Reiseveranstalter	25
Reisevermittlung	33
Luftverkehrsmarkt	47
Beherbergung	54
Kreuzfahrten	61
3. Das Wissen um die Marke	68
Marke ist Kommunikation	69
Die zwei Ebenen der Marke	71
Der Aufbau einer Marke	91
Was ist eine Marke?	95
Die Marken-Checkliste	103
Der Marken-Baum: Geschichte als Basis der Marke	106
Die Markenkategorien	108

Teil II

Fallbeispiele und Analysen aus der Praxis der Tourismusmarken **113**

1. Destinationen und Marke	116
Das Fallbeispiel Berlin	117
Das Fallbeispiel Südafrika	154

2.	Integrierte Tourismuskonzernmarke _____	165
	Das Fallbeispiel Thomas Cook Group _____	165
3.	Tourismusmarke im stationären Vertrieb _____	175
	Das Fallbeispiel Lufthansa City Center _____	175
4.	Tourismusmarke im Online-Vertrieb _____	178
	Das Fallbeispiel Expedia _____	178
5.	Spezialveranstalter _____	181
	Das Fallbeispiel Studiosus Reisen _____	181
	Das Fallbeispiel Ameropa-Reisen _____	189
6.	Produktmarke im Tourismus _____	195
	Das Fallbeispiel Hurtigruten _____	195
7.	Markenmanagement bei Fluggesellschaften _____	199
	Das Fallbeispiel Thai Airways _____	199
	Das Fallbeispiel easyJet _____	203
8.	Hotelmarke _____	209
	Das Fallbeispiel Maritim _____	209
9.	Kreuzfahrtmarken _____	216
	Das Fallbeispiel AIDA Cruises _____	216
	Das Fallbeispiel Hapag-Lloyd Kreuzfahrten _____	221

Teil III

Leitfaden für Markenstrategien im Tourismus

229

1.	Leitfaden für Markenstrategien im Tourismus _____	231
	Vorgehensweise beim Aufbausowie beim Ausbau einer Marke _____	232
	Der erste Schritt: Die Analyse _____	234
	Der zweite Schritt: Die Strategie _____	236
	Der dritte Schritt: Die Umsetzung _____	243
2.	Trends und Ausblick – Die Zukunft des Tourismus _____	265
	Tourismuskonsum der Zukunft _____	265
	Tourismus für die neuen Alten _____	267
	Die Zukunft der Kreuzfahrt _____	268
	Die Zukunft des Reisevertriebs _____	268

Anmerkungen	277
Literatur	279
Die Autoren	281