

Präsenzübungen

Marketing

#### E1.4. Tourismusmarketing



##### a) Überschriften formulieren: Tourismusmarketing

**Lesen Sie den folgenden Text. Geben Sie ihm eine Überschrift und verfassen Sie auch zu jedem Abschnitt eine passende Überschrift.**

In der Vergangenheit wurde das touristische Marketing in der Regel anderen Formen des Marketings untergeordnet, auch weil es von seinem Charakter her Berührungspunkte sowohl zum Dienstleistungsmarketing und zum Social Marketing als auch zum internationalen Marketing hat.

Mittlerweile nimmt aber der Tourismus in vielen Ländern ökonomisch einen derart hohen Rang ein, dass ein spezielles touristisches Marketing für notwendig gehalten wird, damit man auch diesbezüglich national und international konkurrenzfähig bleibt bzw. sein touristisches Angebot weiter vergrößern kann. Letzteres betrifft vor allem die neuen EU-Länder.

Der Tourismus ist insbesondere für die neuen osteuropäischen EU-Länder von essentieller ökonomischer, beschäftigungspolitischer, bildungspolitischer, ökologischer, sozialer sowie kultureller Bedeutung und beschleunigt die politische, ökonomische und kulturelle Integration Europas.

Bei einer Untersuchung hinsichtlich der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismussektors zeigte sich jedoch, dass die meisten der am Projekt beteiligten Partnerländer betreffs der Wettbewerbsfähigkeit nicht im europäischen Vordergrund liegen, sondern erst auf den Plätzen 28

(Estland), 35 (Tschechien), 37 (Slowakei), 40 (Ungarn), 44 (Slowenien), 51 (Litauen), 53 (Lettland), 76 (Rumänien) rangieren.

Der Anteil des Tourismus an der Erwirtschaftung des Gesamtbruttosozialprodukts ist geringer als in den meisten vor ihnen rangierenden Ländern (beispielsweise Slowakei = lediglich 3,1 % Anteil am Gesamtbruttoinlandsprodukt; zum Vergleich Österreich: 18,1%).

Die Partnerländer weisen folglich auch aufgrund ihrer touristischen Attraktivität noch ein großes Potenzial auf, den Reise- und Tourismussektor verstärkt für ihr zukünftiges Gesamtwirtschaftswachstum und damit letztlich auch für das der EU zu nutzen. Dabei spielen die deutsche Sprache und Deutschland gleichermaßen eine wichtige Rolle: Derzeit werden allein in Deutschland 45 Mio. Urlaubsreisen pro Jahr ins Ausland gebucht. Hinzu kommen die Urlauber aus anderen deutschsprachigen Ländern sowie weitere Touristen, die sich der deutschen Sprache bedienen können oder möchten.

Gerade die deutschsprachigen Länder realisieren mittlerweile ein recht erfolgreiches Tourismusmarketing. Tourismuspolitik ist auch in der Bundesrepublik Deutschland ein integraler Bestandteil der Wirtschaftspolitik.

Die Tourismuspolitik der Bundesregierung verfolgt, wie in den Verlautbarungen des Auswärtigen Amtes nachzulesen ist, „ das Ziel, geeignete Rahmenbedingungen für die Entwicklung der Unternehmen der Tourismuswirtschaft in Deutschland zu schaffen. Gleichzeitig unterstützt sie finanziell die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), die im Auftrag der Bundesregierung für das Tourismusmarketing im Ausland mit inzwischen 30 Büros in enger Zusammenarbeit mit unseren Botschaften zuständig ist. Die unmittelbare Entwicklung und Förderung des Tourismus in Deutschland und die Gestaltung von Tourismusprodukten liegt in der Verantwortung der Länder.

Für die Tourismuspolitik der Bundesregierung ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie federführend. Deutschland ist Mitglied in der Welttourismusorganisation (UNWTO), einer Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Im September 2009 wurde Deutschland für vier weitere Jahre in den UNWTO-Exekutivrat gewählt.“

[http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Aussenwirtschaftsfoerderung/Verkehr/InternationaleTourismuspolitik\\_nod\\_e.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Aussenwirtschaftsfoerderung/Verkehr/InternationaleTourismuspolitik_nod_e.html)

## **b) Kurztex te verfassen**

**Schreiben Sie einen kurzen, informativen Text (etwa 2 Seiten) über den Tourismus in Ihrem Herkunftsland bzw. einem Land, das Sie interessiert bzw. in das Sie reisen möchten.**

Falls Sie nicht genügend Informationen haben, dann informieren Sie sich im Internet bzw. nutzen Sie die Links auf unserer Webseite.

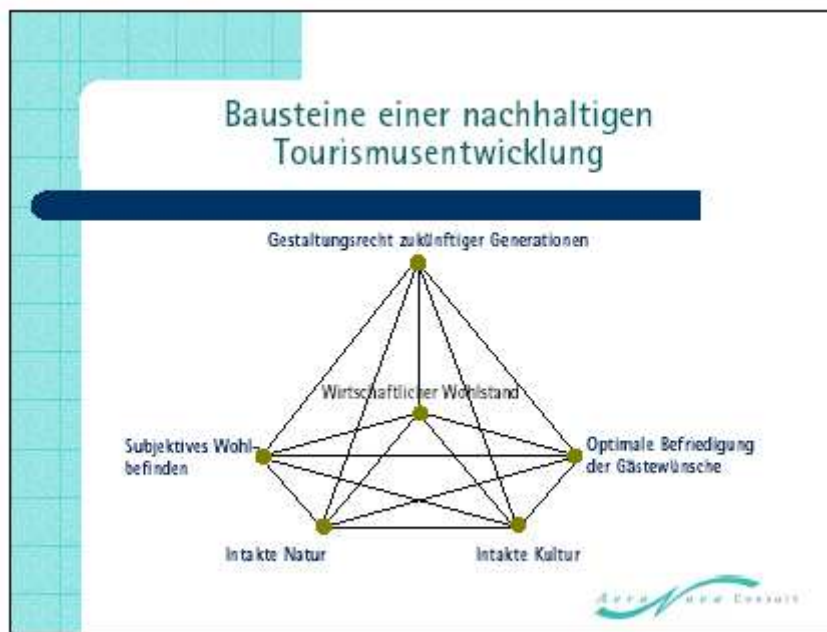
## **c) Graphiken erläutern**

**Interpretieren Sie die folgenden Abbildungen in einem kurzen Text.**

Indikatoren der Gestaltung und Bewertung von Marketingstrategien und Reiseangeboten



(S. Traumziel – Nachhaltigkeit: [http://www.oeko.de/pdf/INVENT\\_Broschuere\\_051104.pdf](http://www.oeko.de/pdf/INVENT_Broschuere_051104.pdf).)

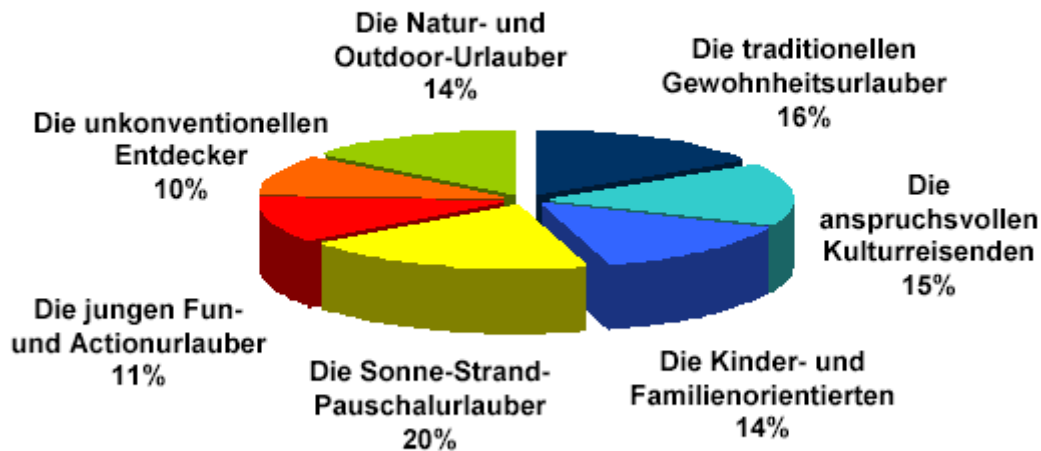


(Nachhaltiger Tourismus aus Sicht der Veranstalter - Vortrag am Fachgebiet für Raumordnung und Landesplanung an der Universität Dortmund)

**d) Graphiken beschreiben**

**Beschreiben Sie die folgende Grafik. Welche Schlussfolgerungen ergeben sich daraus für das Tourismusmarketing?**

# URLAUBS- UND REISETYPOLOGIE



## Stichprobe: 2021 Interviews

(STRATEGIEN FÜR DIE GESTALTUNG UND VERMARKTUNG NACHHALTIGER REISEANGEBOTE; E. Kreilkamp, Universität Lüneburg, Berlin, 14. März 2005, Internationale Tourismusbörse (ITB) 2005 in Berlin)

### e) Graphiken erstellen

**Bringen Sie die Informationen aus dem folgenden Text in eine Grafik** (nutzen Sie dabei WORD oder Powerpoint).

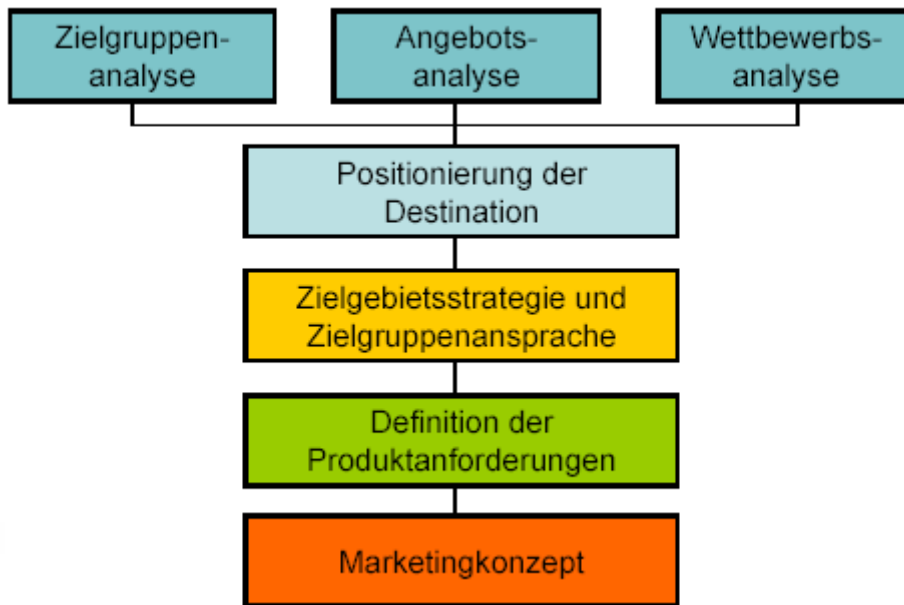
Der Tourismus gilt weltweit als wichtiger Wirtschafts- und Wachstumsfaktor. Die Welttourismusorganisation prognostiziert bis zum Jahr 2020 eine Zunahme des internationalen Reiseverkehrs auf insgesamt rund 1,6 Milliarden Ankünfte. Die Einnahmen aus dem Tourismus dürften trotz vorübergehender Einschränkungen durch die Wirtschaftskrise weltweit weiter deutlich steigen.

Auch für Deutschland ist der Tourismus ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Sein Anteil am Bruttoinlandsprodukt liegt bei 3,2 Prozent (nur Kernbereiche). Rund 2,8 Millionen Menschen sind direkt oder indirekt im Tourismus beschäftigt und über 100.000 junge Menschen werden im Tourismus ausgebildet. 2009 reisten über 23 Millionen ausländische Touristen nach Deutschland. Die wichtigsten Herkunftsländer sind die Niederlande, die USA, Großbritannien, die Schweiz und Italien. Die wichtigsten außereuropäischen Herkunftsländer nach den USA sind Japan und die Volksrepublik China. Deutsche Touristen unternahmen 2009 mehr als 40 Mio. Reisen ins Ausland. Die wichtigsten Reiseziele sind Spanien, Italien, Türkei, Österreich und Griechenland. Deutschland ist aber, international gesehen, nicht nur bei der Zahl der Reisenden an vorderer Stelle positioniert, sondern verfügt auch über einige der größten Tourismusunternehmen.

### f) Graphiken vertexten

**Stellen Sie die folgenden, graphisch verdeutlichten Informationen in einem kurzen Text dar.**

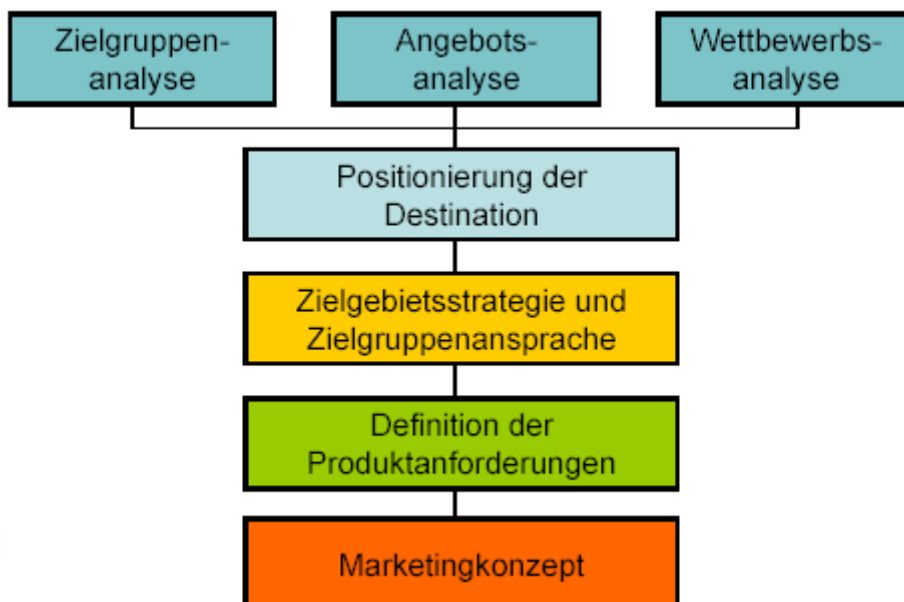
Die wichtigsten, langfristig vorzubereitenden Maßnahmen bzw. Formen sind die nachstehenden:



(STRATEGIEN FÜR DIE GESTALTUNG UND VERMARKTUNG NACHHALTIGER REISEANGEBOTE; E. Kreilkamp, Universität Lüneburg, Berlin, 14. März 2005, Internationale Tourismusbörse (ITB) 2005 in Berlin)

#### g) Graphiken übersetzen

Übersetzen Sie die in den Grafiken stehenden Ausdrücke in Ihre Muttersprache.





Weitere Fotos siehe die nicht benutzten bei der programmierten Übung Marketing E1Ü4.