

# Strategisches Management

Für ein Reisebüro

Lisa Rieth, Tim Eßer, Henning Küster, Tim Schwartling, Sebastian Weber



# Gliederung

1. Strategische Zielplanung
2. Strategische Analyse/Prognose
  - 2.1. SWOT-Analyse
  - 2.2. TOWS-Matrix
3. Strategieentwicklung
4. Strategieimplementierung
  - 4.1. Balanced Scorecard
5. Strategiekontrolle

# Einleitung

## Reisebüro im ländlichen Raum

- Inhaber, 2 Servicemitarbeiter, 1 Buchhaltungsangestellte
- Kundenempfang/Backoffice
- Anwendung: Pauschalreisen

# Strategische Zielplanung

Unternehmenspolitik, -leitbild, und Zielformulierung

# Strategische Zielplanung

## Hauptaufgaben „Reisebüro“

- Beförderung und Unterkunft (Hotels/Ferienwohnungen)
  - Mietwagenvermittlung
  - Veranstaltungen, Tourenplanung, Reiseleitung und Guides
  - Kreuzfahrten, Flugreisen usw.
- Zusammenfassen, um Pauschalreisen anzubieten

# Strategische Zielplanung

## Probleme:

- fehlende Kundenbindung
- fehlende Reichweite und Vertrauen
- hohe Vermittlungskosten
- Haftungen bei Reiseausfall
- geringe Margen

# Strategische Zielplanung

## Lösung:

- Partnerschaften bilden oder Franchise suchen
- Outsourcing von verschiedenen Aufgabenbereichen

# Strategische Zielplanung

## Weitere wichtige Aspekte:

- Lizenzen für Fluggesellschaften, DB usw.
- Versicherungen zur Risikoabdeckung: Reisesicherheitsfonds/Insolvenzschutz
- Zusatzprodukte anbieten: z.B. Versicherung (Reiseabbruch/-rücktritt)



# Strategische Analyse/Prognose

Anhand von SWOT und TOWS-Matrix

# SWOT-Analyse

- Fachlich qualifiziertes Personal
- Individuelle Beratung und Angebote
- Langjährige Erfahrung

- Reiseangebot erweitern
- Online-Präsenz ausbauen
- Individualisierung
- Umweltaspekt



- Geringe Vermarktung
- Schwache Marktposition
- Ländlicher Raum
- Fehlende Kundenorientierung

- Direkte Konkurrenz im Umfeld
- Wettbewerb mit Online-Plattformen
- Überschaubares Angebot
- Zu langwierige Anpassung an Kundenbedürfnisse

# TOWS-Matrix



	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modulare Reisen</li> <li>- Fokus auf Nachhaltigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausbau der Online-Plattform</li> <li>- Investition in Marketing</li> <li>- Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen</li> </ul>
THREATS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alleinstellungsmerkmal gegenüber Konkurrenz</li> <li>- neue Angebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kundenorientierte Arbeitsweise</li> </ul>

# Strategieentwicklung

# Strategieentwicklung

Hauptziel:

langfristige Existenzsicherung/Ertrags-  
und Renditesteigerung

Wachstumsstrategie:

Marktdurchdringung

Strategieart (Sichtweise):

Market Base View

## Marktstrategie

- Kernkompetenz: Pauschalreisen
- Markt stark umkämpft

- ggf. Erschließung von Nischenmarkt über Basistrend „Nachhaltigkeit“

# Strategieentwicklung

## Kennzahlen

Bruttowertschöpfung Tourismus	105 Mrd. €
Marktvolumen	60 Mrd. €
Anzahl der Urlaubsreisen	67 Mio.
Anteil Pauschalreisen	40%
Marktwachstum <small>(bis 2027)</small>	Jährlich 1,08%
Marktveränderung <small>(bis 2027)</small>	Online 79%

# Strategieentwicklung

## Auswertung:

- Wachstum klar erkennbar, jedoch 79% Online
  - Daher: Onlinepräsenz aufbauen/erweitern
- Trendführerschaft durch nachhaltige Reisen
  - Erschließung Nischenmarkt über Basistrend
- Vision: Regionale Marktführerschaft

# Strategieimplementierung

Balanced Scorecard



# Strategieimplementierung

- Kundenzufriedenheit durch Umfragen und Rückmeldungen
- Neukundengewinnung und Kundenbindung
- Qualität des Kundenservice

- Effizienz bei der Buchungsabwicklung
- Zeit- und Kostenmanagement der Reiseplanung
- Qualität der Zusammenarbeit



- Umsatzsteigerung durch Verkauf von Reisen
- Kosteneffizienz bei der Betriebsführung
- Gewinnmargen und Rentabilität

- Mitarbeiterqualifikationen und Schulungen
- Einführung innovativer Technologien
- Anpassungsfähigkeit an Marktveränderung

# Strategiekontrolle

# Strategiekontrolle

## Konzept von Schreyögg/Steinmann

- strat. Prämissenkontrolle
  - Überprüfung der Annahmen aus der SWOT-Analyse
- strat. Durchführungskontrolle
  - Überprüfung der festgesetzten Ziele aus der TOWS-Matrix
- strat. Überwachung
  - Überprüfung aller Unternehmensbereiche des Reisebüros

# Strategiekontrolle

## Kontrollsystem

- Kontrollobjekte
  - zB. Spezialisierung des Reiseangebots oder langfristige Existenzsicherung
- Kontrollbereiche
  - zB. Buchhaltung oder Marketingabteilung
- Kontrollträger
  - zB. Inhaber für finanzielle Kontrolle

# Strategiekontrolle

## Kontrollsystem

- Kontrollprozess
  - zB. Festlegung gewünschte Ertragssteigerung → Ermittlung tatsächliche Ertragssteigerung  
→ Ursachensuche, falls Ist-Ertrag nicht Soll-Ertrag entspricht
- Kontrolltechnik
  - strat. Position bestimmen → Ziele priorisieren → Plan entwickeln → Plan ausführen  
→ Plan überarbeiten
- Kontrollorganisation
  - zentrale Organisation der Kontrolle

# Quellenverzeichnis

Folie 5-7:

<https://www.ihk.de/stuttgart/branchen/tourismus/reisebueros-reiseveranstalter/tipps-zur-gruendung-eines-reisebueros-oder-veranstalters-673622>

Folie 14-16:

<https://de.statista.com/infografik/13090/nutzer-von-online-reisebuchungen-in-deutschland/>

[https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/07/PD23\\_279\\_45.html#:~:text=Pressemitteilung%20Nr.,279%20vom%2017.%20Juli%202023&text=WIESBADEN%20%E2%80%93%20Im%20Jahr%202022%20haben,im%20In%2D%20oder%20Ausland%20unternommen.](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/07/PD23_279_45.html#:~:text=Pressemitteilung%20Nr.,279%20vom%2017.%20Juli%202023&text=WIESBADEN%20%E2%80%93%20Im%20Jahr%202022%20haben,im%20In%2D%20oder%20Ausland%20unternommen.)