

# Multi Channel Marketing im Dienstleistungssektor am Beispiel eines Reiseveranstalters (Thomas Cook)



1

## Inhalt:

- **Dienstleistungen**
- **Thomas Cook AG**
- **Multi-Channel-Marketing der Reiseveranstalter**
- **Chancen und Risiken des Multi-Channel-Marketings**

2

**Dienstleistung** = jede einem anderen angebotene Tätigkeit oder Leistung , die im wesentlichen immaterieller Natur ist und keine direkten Besitz- oder Eigentumsveränderungen mit sich bringt (Kotler/Bliemel 1995 S.708).

### Besonderheiten einer Dienstleistung

- Dienstleistungen sind immateriell
- Dienstleistungen sind individuelle Leistungen
- Dienstleistungen sind nicht transport- und lagerfähig
- Dienstleistungen erfordern Beschaffungs- und Absatzmarketing gleichermaßen

### Besonderheiten einer touristischer Dienstleistung

- Eine Reise= ein komplexes Produkt
- Natürliche Ressourcen bestimmen Qualität einer Reise
- Kulturelle Bedingungen des Urlaubslandes werfen Einschränkungen auf
- Infrastruktur am Urlaubsort wenig beeinflussbar
- Saisonalität

3



## Thomas Cook

Thomas Cook AG ist mit 20% des Marktanteils die zweite führende Marke auf dem deutschen Reisemarkt.

Der Umsatz aus den Marktaktivitäten in Deutschland betrug 2004  
5.555 Mio. € bei 2.927 Tsd. Teilnehmer.

In Deutschland ist der Konzern mit den Veranstaltermarken Thomas Cook Reisen, Neckermann Reisen, Neckermann Preisknüller, Bucher Reisen und Aldiana, dem Eigenvertrieb mit rund 620 Reisebüros (Thomas Cook und Holiday Land) sowie durch Condor, eine der weltweit führenden Fluggesellschaften, präsent.

4



Thomas Cook Reisen



Neckermann Reisen



Neckermann Preisknüller (Low budget Marke)



Bucher Reisen (Last Minute Spezialist)



Aldiana (Cluburlaub)



Condor (Fluggesellschaft)

5

## MCM der Reiseveranstalter

- Reisebüros
- Computer-Reservierungssysteme
- Call Center
- Online Vertrieb

6

## Reisebüros

verkaufen Programme von Reiseveranstaltern und vermitteln touristische Dienstleistungen (Hotelreservierungen)

### **Vorteile für Reiseveranstalter:**

- Kenntnis des Marktes, zahlreiche Verkaufspunkte, Vertrauen der Kunden
- Werbung durch Kataloge, Inserate und Empfehlungen
- Vermittlung in der Vor- und Nachsaison.

### **Nachteile:**

- Mittler verlangen während der Hochsaison Kontingente, die auch ohne deren Hilfe ausgebucht wären
- geringe Einflußnahme auf die Qualität der Kundenberatung.



- Verteilte seine Leistungen 2004 über 623 Reisebüros inklusive Franchise.
- Provisionszahlungen nach Datum des Buchungseingangs

## Computer-Reservierungssysteme (CRS)

sind elektronische Medien zum Vertrieb von Reiseleistungen, die den Benutzer über Leistungen, Preise und Vakanzen informieren und ihm den Kauf (Buchung, Reservierung ) über ein Terminal ermöglichen.

→ ständige indirekte Präsenz auf Auslandsmärkten

Aber

- Gestaltungsmöglichkeit der Preise eingeschränkt, da nur 3 Preiskategorien
- es entstehen laufende Betriebskosten
- im Falle einer Buchung über Reisemittler die üblichen Provisionen

Bsp. Sabre, Amadeus, Galileo, Worldspan usw.

## Call Center

Bietet den Kunden

- einen allgemeinen Kundenservice
- Möglichkeit der persönlichen Kommunikation und Beratung



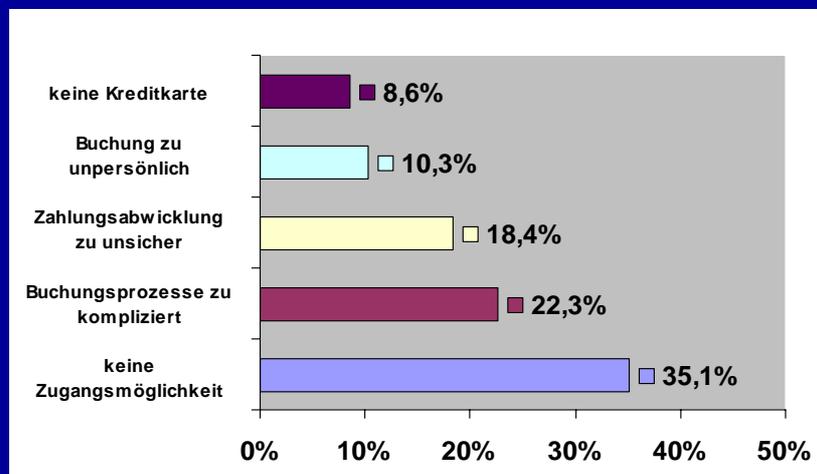
betreibt sowohl ein eigenes Call Center als auch vertreibt Reisen indirekt

9

## Online Vertriebskanäle

Unternehmen= hohes Ersparnispotenzial  
Kunden?.....

Hemmnisse in der Online Buchung



➔ Nutzungshemmnisse bei Kunden abbauen, um die Vorteile des Onlinevertriebs zu nutzen

10



8 % des gesamten Vertriebs werden Online abgewickelt

Deutschland: eigenes Online-Reisebüro [www.thomascook.de](http://www.thomascook.de)

- ◆ im Angebot: Flüge, Hotels, Mietwagen, Last-Minute und Pauschalreisen, Städtereisen, Ferienhäuser
- ◆ Preisausweisung sehr transparent
- ◆ Vorteil einfache Baukastenfunktion
- ◆ Nachteil eingeschränktes Angebot

Großbritannien: cruisedirect2u  
honeymoondirect2u  
flexibletrips.com → Reisebüroagenten und Endkunden  
Veranstalterhaftung= Rechtssicherheit

### Reiseshopping = Vertrieb mittels Fernseher

TV-Travel-Shop, sonnenklarTV, LibertyTV.com, LastMinute.de TV



Auf Tele5 mit Neckermann Urlaubswelt TV vertreten

In Großbritannien wurden 2003/2004 mehr als 100.000 Reisen verkauft

### Gefahren des MCMs

- Bedürfnisstruktur der Kunden muss untersucht werden, sonst zusätzliche Kosten
- Vertriebskanäle müssen bei ihrem Marktauftritt aufeinander abgestimmt und funktionstüchtig sein, sonst Imageschaden
- Nicht ausreichende Vernetzung der Kanäle führt zu Kannibalisierungseffekten

### Vorteile des MCMs

für Kunden →

bessere Erreichbarkeit,

bequemere Serviceleistungen

Zeitersparnis

Kundenzufriedenheit



Z.B. Condors „Miles & More“ Programm belohnt die Kundentreue



### Individuelle Kundenwerbung

Domain	Pls Homepage monatlich	Zahl der Newsletter Abonnenten	Erscheinung
aldiana.de	62.000	23.700	2-wöchentlich
bucherreisen.de	160.000	30.000	wöchentlich
condor.com	1.200.000	o.A	o.A
neckermann-reisen.de	640.000	95.700	wöchentlich
thomascook.de Online-Reisebüro	490.000	85.700	monatlich
thomascook-reisen.de	55.000	34.700	2-wöchentlich



Bsp. Neckermann Reisen und Condor verfügen über weitgehende Datenbanken (demografische Daten)

