



## „Jippiii-Reisen“

### Ausgangslage

„Jippiii-Reisen“ ist ein mittelgrosser Reiseveranstalter (Touropervisor) mit Sitz in Zürich. Bei seinen Kunden geniesst "Jippiii-Reisen" einen ausgezeichneten Ruf für Kultur- und Badeferien im Mittleren Osten (hauptsächlich Türkei und Ägypten), auf die er sich ausschliesslich spezialisiert hat. Dank einer stets ausgezeichneten Organisation sowie aufgrund seiner interessanten Kombination von Bildung und Erholung in den Ferien, hat es „Jippiii-Reisen“ mittlerweile zu einem Jahresumsatz von Fr. 40 Mio. gebracht.

Die 20 Mitarbeiter sind ein gut eingespieltes Team, auf welche die Geschäftsleitung zählen kann. Sie beraten ihre Kunden, zu denen alle Reisebüros in der Deutschschweiz gehören, sowie einen Privatkundenstamm, der sich u.a. auch aus Gruppen von Kulturvereinen zusammensetzt, sehr kompetent und zuverlässig. „Jippiii-Reisen“ verfügt selbstverständlich über die neuesten technischen Geräte, welche eine weltweite Kommunikation sicherstellen.

An der Fachmesse für Reisebüros und Fluggesellschaften in Montreux, genannt Travel Trade Workshop (TTW), welche jeweils im Oktober stattfindet, ist „Jippiii-Reisen“ immer vertreten, ferner an verschiedenen Publikumsmessen im Januar (z.B. Fespo Zürich, Ferienmesse Bern etc.).

#### Definition:

Reiseveranstalter = Reisebüros mit einem eigenen Programm, das auch von anderen Reisebüros gegen eine Kommission vertrieben wird. (Beispiel: Hotelplan- Filiale verkauft zum selben Preis auch Kuoni-Arrangements).

### Problemstellung

Im Juli stellte der Geschäftsleiter, Heinz Beer, durch verschiedene Informationsträger (Medien, Geschäftsfreunde, lokale Beziehungen) sowie bei seinen Reisen in den Mittleren Osten fest, dass die innere Unruhe, die seit geraumer Zeit in einigen Reisedestinationen dieses Programms herrscht, spürbar zugenommen hat. Seine Befürchtungen, dass die Leute nun weniger oft in diese Gegenden reisen wollen, bewahrheiten sich nur allzu rasch. Bereits anfangs August erleidet „Jippiii-Reisen“ massive Buchungsrückgänge. Die Geschäftsleitung rechnet darum mit Einbussen von bis zu 40% für das nächste Jahr.

Dank ausgezeichneten Beziehungen der Geschäftsleitung zu einem guten Reiseveranstalter in Deutschland, erhält „Jippiii-Reisen“ die Möglichkeit, aus dem Programm des deutschen Reiseveranstalters Reisen nach Mexiko und Sizilien zu übernehmen.

Diese beiden Destinationen bieten eine gute Ergänzung zum bisherigen Programm und hat zudem den Vorteil, dass „Jippiii-Reisen“ in sehr kurzer Zeit mit diesen Angeboten auf den Markt kommen kann, da sie bereits in vorhandene Hotelkontingente einbuchen können.

Bereits im Oktober stellt „Jippiii-Reisen“ an der Fachmesse (TTW) in Montreux ein Programm dieser zwei neuen Destinationen vor. Das Echo auf dieses qualitativ gute und vielseitige Programm übertrifft sämtliche Erwartungen, worauf die Geschäftsleitung folgende Beschlüsse fasst:

## Beschlüsse der Geschäftsleitung

- Die errechneten Umsatzeinbussen von 40% auf das bestehende Programm sollen durch gezielte VF-Massnahmen für die 2 neuen Destinationen wettgemacht werden. Dies soll buchungsmässig bis Ende Mai nächsten Jahres erreicht werden.
- Bis spätestens im Februar nächsten Jahres (nach den Publikumsmessen) soll das neue Reiseangebot beim Zielpublikum ein Begriff sein.
- Die neuen Reiseziele sollen klar dem Image unseres bisherigen Programms entsprechen.
- Durch gezielte VF-Massnahmen, die sofort an die Hand zu nehmen sind, sollen die angestrebten Ziele und Umsätze garantiert werden.
- Das Budget für die VF-Massnahmen beträgt Fr. 250'000.-

Das bereits vorhandene und budgetierte Werbeetat wird natürlich für die neuen Destinationen im Rahmen neuer Werbemassnahmen eingesetzt (so beispielsweise Druck der Prospekte etc), was hier nicht Ihre Aufgabe ist.

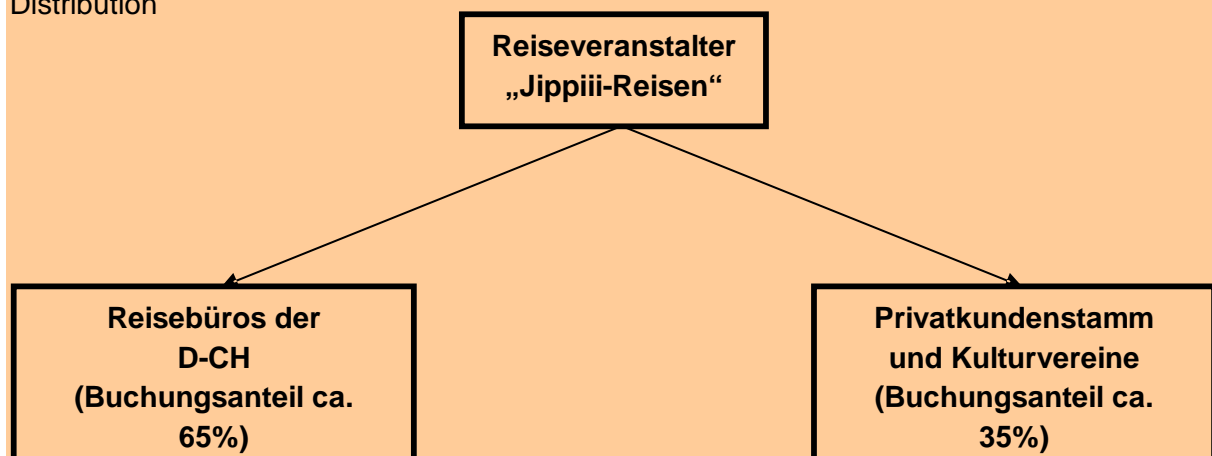
Für alle Mitarbeitenden der „Jippiii-Reisen“ wird bei Zielerreichung eine Pauschalprämie ausbezahlt, die unabhängig von der Stellung in der Firma erfolgt und die Sie in Ihrer Lösung sowie im VF-Budget nicht berücksichtigen müssen. Zusätzlich sollen die Mitarbeitenden aber auch unbedingt mit anderen Incentives (Anreize) noch motiviert werden.

## Verkaufsorganisation / Distribution

Anzahl Mitarbeiter 20, davon

- 1 Geschäftsleiter, Heinz Beer
- 1 Marketingplaner
- 2 Ressortleiter (je 1 für Kultur- und 1 für Badeferien)
- 2 AD für die Bearbeitung der CH-Reisebüros
- 4 Mitarbeiter für Reservation und Gästebetreuung an unseren Ferienorten (nur während der Hochsaison )
- 4 Mitarbeiter Telefonverkauf und Sachbearbeitung
- Rest Administration

Distribution



## **Ihre Aufgaben**

### **Aufgabe 1**

Welche Chance bietet im Allgemeinen eine Messteilnahme?

### **Aufgabe 2**

Sehen Sie auch Gefahren einer Messteilnahme? Wenn ja, welche?

### **Aufgabe 3**

Auf was ist zu achten, wenn die Messeziele formuliert werden?

### **Aufgabe 4**

Wie soll der Gesamteindruck des Standes an der Fachmesse sein?

### **Aufgabe 5**

Worauf soll beim Aufbau des Standes (Platzaufteilung) geachtet werden?

### **Aufgabe 6**

Was ist in Bezug auf die Inneneinrichtung wichtig?

### **Aufgabe 7**

Worauf muss beim Standpersonal geachtet werden?

### **Aufgabe 8**

Was ist bezüglich Einsatz von „Werbemassnahmen“ auf dem Stand wichtig?

### **Aufgabe 9**

Was ist in Bezug auf die zu präsentierenden Reiseprodukte von Jippiii-Reisen zu bedenken?

### **Aufgabe 10**

Was spricht für eine Teilnahme an einer Publikumsmesse und was spricht für eine Teilnahme an einer Fachmesse? Listen Sie die Punkte/Kriterien inkl. Begründung auf und legen Sie die Kostenbereiche fest.

## Aufgabe 11

Das Fremdenverkehrsamt von Mexiko verspricht sich durch die Aufnahme seines Landes in unseren Ferienkatalog einen regen Tourismusverkehr aus der Schweiz und leistet mit CHF 30'000.- einen erheblichen VF-Beitrag.

Die Geschäftsleitung beschliesst nun, diesen Zusatzbeitrag für die VF-Massnahmen an einer grösseren Publikumsmesse einzusetzen. Diese VF-Massnahmen sollen vor allem zur Förderung und Bekanntmachung des Reisezieles Mexiko dienen, weil dieses einerseits ein Ganzjahres-Ferienziel ist und andererseits aber auch bekannt werden soll, dass wir nun ebenfalls ein Ferienziel im Programm haben.

Formulieren Sie 2 qualitative und 2 quantitative Messezielsetzungen für Jippiii-Reisen.

## Aufgabe 12

Erarbeiten Sie nun **drei originelle, konkret ausformulierte Alternativvorschläge**, welche Massnahmen für die zwei Zielsetzungen **a)** und **b)** enthalten:

- a) Wie machen wir unser Zielpublikum auf unseren Stand aufmerksam? (Wie kriegen Sie die Messebesucher während der Messe an Ihren Stand)?
- b) wie „aktivieren wir unsere Standbesucher und was bieten wir ihnen?

### **Hinweis zur Aufgabe 12**

*Pro Vorschlag können Sie jeweils über den Betrag von Fr. 30'000.- verfügen. Diese Summe ist aber entsprechend den Massnahmen a) und b) aufzuteilen. Die normalen Messekosten werden nicht diesem Budget belastet!*