

Vorwort

Viele Vertriebsplattformen für touristische Angebote im Internet verändern sich derzeit sehr dynamisch. Die dort eingesetzten technischen Systeme, die Kunden bei der Suche nach einer kompletten Urlaubsreise oder lediglich einzelnen Bestandteilen unterstützen, werden kontinuierlich ausgebaut und verfeinert.

Nach wie vor steht der Kunde jedoch vor der grundsätzlichen Entscheidung, ob er seine Urlaubsreise als fertig konfiguriertes Paket buchen möchte, oder lieber einzelne Teilleistungen selbst und individuell zusammenstellt.

Die Marketingimplikationen dieser Wahlalternativen aus der Sicht der anbietenden Reiseunternehmen sind bereits vielfältig untersucht worden. Wie jedoch stellt sich die Entscheidung zwischen standardisierten oder individualisierbaren Urlaubsreisebuchungen aus der Kundenperspektive dar? Welche Nutzenkomponenten der beiden Angebotsformen sprechen aus seiner Sicht für oder gegen die individuelle Zusammenstellung einer Urlaubsreise?

Bedeutet die Individualisierungsmöglichkeit nach dem Baukastenprinzip für den Kunden tatsächlich, dass er auf diesem Wege ein aus seiner Sicht einzigartiges, individuelles Bündel aus Urlaubsbestandteilen gestaltet? Oder könnte auch eine vorkonfigurierte Pauschalreise ein individuelles Kaufobjekt darstellen, weil die Urlaubsreise als Leistung schließlich nur am Kunden selbst erbracht werden kann? Welche Motive könnten darüber hinaus noch wichtig sein für Kunden, die sich für ein individualisierbares oder für ein standardisiertes Leistungsbündel entscheiden?

Diese Fragen bildeten den Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit.

Bei der Suche nach Ansätzen um diese Aufgabenstellung greifbar zu umreißen, zeigten innerhalb der Vielzahl von Publikationen zum Thema Einzelkundenorientierung einige Arbeiten zur Kundenintegration in den Innovations- und Gestaltungsprozess einen zielführenden, methodischen Ansatz auf. Dieser ermöglichte die Formulierung eines Strukturmodells, welches sich mit Hilfe der PLS-Pfadanalyse überprüfen ließ.

Danken möchte ich an dieser Stelle insbesondere meinem Doktorvater, Prof. Dr. Edgar Kreilkamp für seine langjährige Unterstützung während des Entstehungszeitraums meiner Arbeit und für die vielen unendlich wertvollen Hinweise und Hilfestellungen. Ebenso danke ich meinem Zweitgutachter, Prof. Dr. Günther Haedrich, für seine Ermutigungen und Ratschläge zu Beginn der Arbeit, für seine Geduld und seine motivierende Zuversicht in das Gelingen meines Vorhabens.

Mein größter Dank gilt meiner Frau Caroline, ohne deren Rückhalt ich die Arbeit nicht hätte schreiben können.

Hamburg, im März 2014

Wilhelm Klopp

Individualisierung touristischer Leistungsbündel
Nutzenfacetten der kundenspezifischen Gestaltung
online buchbarer Reisen

Klopp, W.

2014, XVII, 218 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04570-8