

Betreuung: Prof. Dr. Andreas Kagermeier  
Prof. Dr. Heiner Monheim

---

## **EXECUTIVE SUMMARY**

der Diplomarbeit

### **„Mobiles Reisebüro“ – Die Umsetzung**

zur Erlangung des akademischen Grades der Diplom-Geographin

vorgelegt von:

Nadine Jung  
Kottenschanze 17  
67659 Kaiserslautern

[scylined@gmx.de](mailto:scylined@gmx.de)

April 2010

---

### **1. Inhaltliche Zielsetzung**

Ziel ist es das Reiseverhalten der potentiellen Kunden im Erhebungsgebiet der Stadt Kaiserslautern und der angrenzenden Verbandsgemeinden zu analysieren und deren Wünsche und Bedürfnisse zu erkennen, um das nötige Marketingkonzept darauf anzupassen. Nach den gewonnenen Erkenntnissen, die im Rahmen einer Marktanalyse ermittelt wurden, ist das Konzept meiner Diplomarbeit „Mobiles Reisebüro“ ausgerichtet. Um diese Zielvisionen auch in der Realität ermöglichen zu können ist ein Businessplan unumgänglich. Dieser ist ebenfalls Bestandteil dieser Diplomarbeit.

## **2. Ziel der Arbeit**

Ziel dieser Arbeit ist es, durch die veränderten Rahmenbedingungen im Reisebüromarkt, ein Konzept zu entwickeln, welches sich in Kaiserslautern und Umgebung etablieren kann. Mit Hilfe meines selbst erstellten Fragebogens soll das Kundenverhalten, deren Wünsche und Bedürfnisse so wie die Einschätzung über den Service eines „Mobilen Reisebüros“ untersucht werden.

Folgende Forschungsfragen wurden im erstellten Fragebogen untersucht:

- Reiseverhalten der Befragten
- Einstellung zur Möglichkeit Reisen über ein „Mobiles Reisebüro“ zu buchen

Letztendlich ist die Analyse der Möglichkeiten sich mit einem „Mobilen Reisebüro“ am Reisemarkt selbstständig zu machen, um sich damit seinen Lebensunterhalt zu finanzieren, Ziel meiner Diplomarbeit

## **3. Aufbau und Struktur der Arbeit**

Die Diplomarbeit beinhaltet, neben der Einleitung (Kapitel 1), einen theoretischen Teil (Kapitel 2), in dem die theoretischen Rahmenbedingungen und Grundlagen der Reisebürobranche behandelt werden, sowie einen empirischen Teil (Kapitel 3), der sich mit der Potentialanalyse beschäftigt.

Kapitel 1 gibt einen Einblick über das Geschäftskonzept, die aktuelle Marktsituation sowie die Beziehung zwischen Markt, Angebot und Nachfrage. In Kapitel 2 werden die Grundlagen der Reisebürobranche erläutert. Zu diesen gehören die Entstehung und Entwicklung der Reisebranche, die Arten von Reisebüros sowie die verschiedenen Reiseveranstalter. Der empirische Teil der Diplomarbeit (Kapitel 3) beinhaltet eine Nachfrageanalyse auf der Basis einer Befragung. Die Befragung soll Anhaltspunkte über das Reiseverhalten der befragten Personen und die Einstellung dieser zur Möglichkeit Reisen über ein „Mobiles Reisebüro“ zu buchen geben. In Kapitel 4 wird die Geschäftsidee „Mobiles Reisebüro“ vorgestellt sowie der dazugehörige Businessplan erarbeitet und erläutert. Zum Abschluss der Diplomarbeit werden in Kapitel 5 die Erkenntnisse kurz in einem Fazit zusammengefasst.

Abbildung 1: Aufbau der Diplomarbeit „Mobiles Reisebüro“ – Die Umsetzung

	Kapitel 1: Einleitung
Theorie/allgemeine Informationen:	Kapitel 2: Grundlagen der Reisebürobranche
Empirie:	Kapitel 3: Potentialanalyse
	Kapitel 4: Mobiles Reisebüro (Businessplan)
	Kapitel 5: Fazit

#### 4. Schlußfolgerungen

- Freizeit hat sich mittlerweile zu einem sehr knappen Gut entwickelt.
- Die noch verbleibende Zeit sinnvoll zu nutzen wird zukünftig eine Herausforderung für jeden Einzelnen darstellen.
- Diese Entwicklung stellt auch den Dienstleistungsbereich vor neue Herausforderungen.
- Die Vorstellung, eine Urlaubsreise in gemütlicher Atmosphäre im heimischen Wohnzimmer buchen zu können statt im örtlichen Reisebüro stundenlang ausharren zu müssen, wird jeden gestressten Reisewilligen begeistern.
- Neben diesem positiven Effekt hinsichtlich Zeitaufwand wird auch ein finanzieller Anreiz geschaffen. Die Kostenstruktur eines „Mobilen Reisebüros“ wird sich signifikant von denen eines klassischen Anbieters unterscheiden. Diese Einsparungen können letztlich auch an die Kunden weitergegeben werden.
- Schließlich zeigt auch das Ergebnis der durchgeführten Befragung ganz eindeutig, dass der Begriff „Mobiles Reisebüro“ zwar relativ unbekannt ist, nach einer Erläuterung jedoch 75% der Befragten diesen Service positiv bewerten und nutzen würden.
- Dies ist meiner Ansicht nach ein eindeutiges Signal, diese Dienstleistung am Markt zu platzieren.
- Auf alle Fälle sollte die bestehende Marktnische in diesem Sektor genutzt werden.