3.4 Baukastentourismus

Hintergrund

Die Ära des **individualisierten Massentourismus** ist angebrochen. Für immer mehr Urlauber hat die gute alte Pauschalreise längst ausgedient. Veränderte Kundenpräferenzen erfordern auch in der Tourismusbranche neue und ausgefeiltere Wege der Produktgestaltung. Der zunehmende Wunsch nach Individualisierung in der Masse sowie ein gestiegenes Bedürfnis nach Wahl- und Handlungsfreiheit bedürfen heute revitalisierter und neuer Produktkonzepte.

Der **multioptionale Tourist** mit komplexen - und in Teilen hybriden - Verhaltensmustern macht es dabei den touristischen Anbietern nicht leicht, das Verhalten ihrer Kunden vorherzusagen.

Die maßgeschneiderte Reise

Die individuelle und flexible Ausrichtung einzelner Bestandteile einer vorfabrizierten Reise soll Abhilfe verschaffen und verspricht maßgeschneiderte Urlaubsangebote. Einzeln buchbare Leistungen, eine flexible Aufenthaltsdauer und zahlreiche attraktive Zusatzleistungen machen den Pauschalurlaub wieder „eine Reise wert“. Der **„Urlaub aus der Kiste“** erfreut sich wachsender Beliebtheit. Die Erweiterung des Bausteinprogramms seitens der Reiseveranstalter ermöglicht individuelle und flexible Kombinationen touristischer Leistungsbausteine.

Unter Baukastentourismus versteht man die Möglichkeit, daß der Kunde eine Reise nach seinem persönlichen Präferenzmuster aus angebotenen Einzelelementen, sogenannten Bausteinen, selbst zusammenstellen kann. Bei den Bausteinen handelt es sich um ein standardisiertes Leistungsspektrum. Des weiteren ermöglicht das Baukastenprinzip dem Kunden zwischen unterschiedlichen Preiskategorien bzw. Qualitätsstufen auszuwählen.

Dynamic Packaging – Baukastentourismus in Echtzeit

Beim Dynamic Packaging werden wie bei der Bausteinreise verschiedene Reiseleistungen gebündelt, die sich der Kunde individuell zusammenstellt. Allerdings laufen Auswahl, Bündelung und Buchung der einzelnen Reisekomponenten **in Echtzeit** ab, und am Ende erscheint ein Gesamtpreis. Wieviel die einzelnen Elemente kosten, erfährt der Kunde nicht. Die Angebote werden von den Leistungsträgern in Angebotsdatenbanken eingespeist.

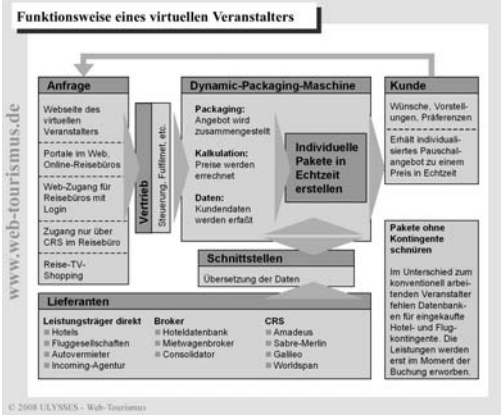

Abbildung 6: Funktionsweise eines virtuellen Veranstalters
Quelle: fvw 5/05 S 128 und Ergänzung durch Ulysses – Web-Tourismus

Mehr Infos

- **Stengel, N.:** Dynamic Packaging. Eine Analyse der Auswirkungen auf die Tourismus-Wertschöpfungskette und spezielle Bereiche des Tourismus-Marketing, Diplomica, 2004
- www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.fair.itb-berlin.de/de/Messeinfos/MarketTrends/haller.pdf (07.01.2008)