

## Qualität – Uptrading lohnt sich

Von billig über preisbewusst zum Premium-Angebot. Bei rückläufigen Märkten kann man an der Preisschraube drehen. Im scharfen Wettbewerb mit ähnlichen Anbietern und stagnierenden Kundenzahlen stellt das kaum Umsatzwachstum in Aussicht. Bietet **Uptrading**, Aufwerten der Angebote, den Ausstieg aus der Preisspirale? Denn Premiummarken versprechen bessere Renditen.

Die Zahlen sprechen für sich: Preisorientierte Touristen geben 24% mehr aus als Billigtouristen. Qualitätsorientierte 47% mehr als die Preisorientierten und bei Studienreisen sogar über 100% mehr (vgl.: RA2018 face-to-face)! Also, auf geht's: Angebote mit Qualitätsmerkmalen aufladen und schon klingelt die Kasse! Leider geht das nicht so einfach. Oberflächenmarketing versetzt nicht in die Premiumklasse. Mehrumsätze müssen durch mehr Kunden oder Preiserhöhungen erzielt werden.

Auf dem „Tag der Bustouristik“ analysieren Experten die Rolle der Qualität in der Touristik und Potentiale des **Uptrading**. Dazu gehört auch der scharfe Konkurrenzkampf im Mietomnibusgeschäft. Es geht um das ambivalente Zusammenwirken von Präferenz- und Preispolitik sowie Markenbildung und Image.

- *Qualitätsmerkmale: Qualität mit oder ohne Siegel?*
- *Merkmale bestimmter Käufertypen: Warum Qualitätsorientierte für gute Qualität angemessene Preise zahlen.*
- *Bedarfsermittlung von Reiseträumen: Jeder 3. preisorientierte Kunde bucht letztlich qualitätsorientiert.*
- *Präferenzbildung schafft preispolitischen Aktionsradius. Sie beruht auf handfesten Qualitätsunterschieden. Bloße Leistungsversprechen reichen nicht. Wie kann man sich ein Markenimage in lokalen, regionalen und Zielgruppen-Märkten erarbeiten und kommunizieren?*
- *Wie nehmen Kunden teure Qualität bewusst wahr und wertschätzen sie?*
- *Damit hochwertige Angebote mit angemessenem Preis zum Kunden finden.*
- *Qualifizierte Reiseleitung: Produktkern der hochwertigen Gruppenreise.*
- *Emotionalität und einzigartige Erlebnisse komplettieren hochwertige Busse, erstklassige Hotels, Luxuskabinen und Logen bei der Festpremiere.*
- *Provisionen auf teure Qualitätsreisen - Argument für den Reisebürovertrieb.*
- *Qualitätspolitik im Mietomnibusmarkt durchsetzen? Zielgruppenorientierte Präferenzbildung – ein Schlüssel für ertragreiches Vereinsgeschäft.*
- *USP: Wie schafft man Einzigartigkeit unter vielen Wettbewerbern mit ähnlichen Produktionsfaktoren und Destinationen?*
- *Benchmarks und internationale Best Practices von Hotellerie etc.*

Diese und andere spannende Fragen und Thesen behandelt der **37. „Tag der Bustouristik“ am 7. Januar 2019 in Halle (Saale)**. Die **Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH** ist Gastgeber des Branchen-Kick-off ins neue Jahr in einer spannenden, attraktiven Location mit guten Gelegenheiten für Kollegengespräche und Erfahrungsaustausch mit den Referenten – vor, während und nach dem „Tag der Bustouristik“.

**Stimmen Sie sich schon am Vorabend beim Get-together darauf ein!**

## Der 37. „Tag der Bustouristik“

...spricht die gesamte Wertschöpfungskette der Bustouristik an, deren Glieder ja in mehrstufigen Angeboten verzahnt sind.

...will Zielgebiete und Vertragspartner über das bustouristische Potential aufklären und Empfehlungen geben für erfolgreiche Kooperationen.

**Themen – Thesen – Zwischenrufe** - das Format verspricht eine spannende Debatte: Expert-Statements, Paneldiskussion mit dem Plenum, moderiert von einem profilierten Fachjournalisten. Konzeption und Tagungsleitung des „Tag der Bustouristik“: RDA-Hauptgeschäftsführer Dieter Gauf. RDA-Präsident Benedikt Esser eröffnet die Tagung. **Zusagen** namhafter Experten liegen bereits vor. Das **Programm** mit den Referenten wird in Kürze über die Presse bekannt gegeben.

**Pro & Contra:** Protagonisten der fokussierten Themen klären über Potentiale, Hintergründe und Sachzwänge auf. Brisante Punkte werden nicht ausgeklammert.

**Zielgruppen** der Tagung: Bus- und Gruppenreiseveranstalter, deren Reisebüro- und Vertriebspartner sowie die Leistungsträger, Berater, Lieferanten, Omnibushersteller, Tourismuszentralen, Events, Paketer, komplementäre Verkehrsträger, die Angebote mit Busleistungen komplettieren. Ebenso Politik, Behörden und Organisationen, die mit der Wirtschaftsförderung befasst sind – und natürlich die Presse.

**Dialog:** Die bei Konzeption der Tagung bereits eingebrachten Thesen, Szenarien und Hinweise wie z.B.: Analysen zu Kundenverhalten, Preisbrecher, Auswirkungen des Fernlinienverkehrs in der Touristik, Marktreaktion und Wirkung verschiedener Modelle, Dynamik des Preis-Qualität-Zusammenhangs, **Best Practices** aus dem **In- und Ausland**, und der „Blick über den Tellerrand“ der spezifischen Branche versprechen eine spannende, zukunftsweisende Diskussion.

Interaktiv: Bitte reichen Sie weitere Vorschläge und Beiträge ein.

Die Teilnahme ist für **Fachleute ohne Gebühr**.

Im Fensterumschlag oder per Fax (0221/6201389).

Per Mail: [dieter.gauf@gauf-germany.de](mailto:dieter.gauf@gauf-germany.de)

### 37. „Tag der Bustouristik“ am 7. Januar 2019 in Halle (Saale)

- Bitte senden Sie mir nähere Informationen
- Bitte notieren Sie meine Anmeldung

„Tag der Bustouristik“  
Dieter Gauf  
Grafenmühlenweg 63  
51069 Köln

Abs.: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- Ich bin damit einverstanden, dass meine personenbezogenen Daten für die oben genannten Zwecke gespeichert und verarbeitet werden.

Datum: .....      Unterschrift: .....