

# 34. Tag der Bustouristik

## Preis und/oder Qualität im Wettbewerb



Montag, 11. Januar 2016  
in Bochum

EINLADUNG



34. Tag der Bustouristik  
Preis und/oder Qualität

In der Christuskirche  
- Kirche der Kulturen

Am 11. Januar 2016  
in Bochum

Sehr geehrte Damen und Herren,

Die Frage nach dem Preis ist meist die verbale Keule gegen qualitätsorientierte Produktpolitik. Die Unternehmer suchen intensiv nach Rezepten, um dem scharfen Preiskampf in der Touristik und im Verkehrswesen zu entgehen. An Qualität erinnert man sich, wenn der Preis schon lange vergessen ist, heißt es. Aber in den Anzeigen und Katalogen sticht oft der Preis hervor.

Dabei schließen sich Qualitäts- und Preisstrategien nicht aus, denn Präferenzpolitik schafft den preispolitischen Aktionsradius. Damit hochwertige Angebote mit angemessenem Preis zum Kunden finden. Präferenzbildung beruht auf handfesten Qualitätsunterschieden, die aufwändig erarbeitet werden müssen. Aktive Preispolitik ist leicht aufzubauen und flexibel zu handhaben, ihre negativen Auswirkungen auf das Produktwert-Profil sind jedoch schwer korrigierbar.

Marketingexperten und Unternehmerpersönlichkeiten aus verschiedenen Bereichen und Betriebsgrößen stellen erfolgreiche Modelle und Philosophien vor und beleuchten das brisante Thema aus unterschiedlichen Perspektiven. Sie greifen drängende Fragestellungen auf: Wie nehmen Kunden teure Qualität wahr? Wie kann sich Qualitätspolitik in der Reiseveranstaltung und im von Überkapazitäten geprägten Mietomnibusmarkt durchsetzen? Der Preiskampf im Fernlinienverkehr strahlt auf die Bustouristik aus. Ist zielgruppenorientierte Präferenzbildung ein Schlüssel für ertragreiches Vereinsgeschäft?

Bringen Sie sich in den spannenden Erfahrungsaustausch über diese und weitere dringende Aspekte ein. Ich würde mich freuen, Sie in Bochum zu begrüßen.

Richard Eberhardt, Präsident  
RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V.  
Schirmherr Tag der Bustouristik

**Beginn**  
10.30 Uhr

**Grußworte**

**Eröffnung**  
Richard Eberhardt,  
Präsident des RDA

**Einführung in das Thema**  
Dieter Gauf,  
Hauptgeschäftsführer des RDA

**Impulsreferat**

Prof. Dr. Thorsten Busacker,  
Professur für Verkehrsträgermanagement  
Hochschule München, Fakultät für Tourismus  
Dynamisches Zusammenwirken von Preis- und  
Qualitätsstrategien

**Experten stellen Preis und Qualität  
auf den Prüfstand**

Jürgen Weinzierl,  
Vorsitzender des NWO Verband  
Nordrhein-Westfälischer Omnibusunternehmen e.V.  
e-weinzierl Omnibus-touristik GmbH  
Buspartner von MEINFERNBUS FLIXBUS  
Wie sich Qualität im Mietomnibusgeschäft  
durchsetzen kann

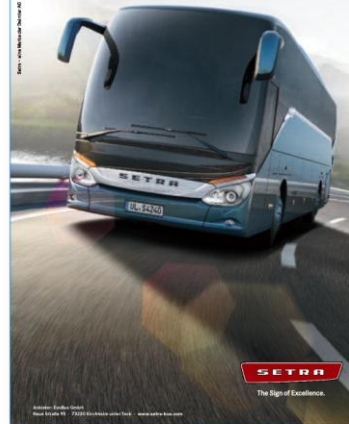
Jochen Milster,  
Geschäftsführer HIT-Reiseclub GmbH  
Mit attraktiven Preisen Kunden gewinnen

### Verbraucht weniger Diesel. Produziert mehr Endorphine.

Für viele ist sie ein Musterbeispiel ginstigen Kraftstoffverbrauchs. Bei der neuen Generation der ComfortClass gilt das mehr denn je. Denn unsere Ingenieure haben ihren Kraftstoffverbrauch - Dank Euro VI-Technologie - um durchschnittlich 8,2 Prozent\* gesenkt. Zudem überzeugen sie mit einer herausragenden Sicherheitsausstattung, hat in puncto Komfort noch mal kräftig zugelegt - und wird auch mit ihrem attraktiven, zukunftsorientierten Design Maßstäbe in ihrer Klasse. Lauter verbällische Eigenschaften, die die ComfortClass 500 zum Coach of the Year 2014 gemacht haben.  
Mehr unter [www.setra-bus.com](http://www.setra-bus.com)



\*Vergleichswert gegenüber dem durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch eines vergleichbaren Busses der Klasse Euro VI (1000 Liter/100 km) im Vergleich zum Verbrauch eines Busses der Klasse Euro VI (917 Liter/100 km). Mehr Informationen [www.setra-bus.com](http://www.setra-bus.com)



Martin Katz,  
Group Destination Director Städte- und Eigenanreisen  
FTI Touristik GmbH  
Vorsitzender DRV-Ausschuss Deutschlandtourismus  
Aus der Perspektive des großen Reiseveranstalters:  
Preis- und Qualitätskonzepte schließen sich nicht aus

Prof. Dr. Harald Bartl,  
Rechtsanwalt, Experte für Reise- und Wettbewerbsrecht  
Kein Freistilringen im Preis- und Qualitätskampf  
- was führt zu teuren Abmahnungen?

Harry Wijnvoord,  
bekannter Moderator von „Der Preis ist heiß“  
jahrzehntelange Erfahrung als Touristiker  
u.a. North Sea Ferries, Olympic Airways  
Wie die wichtigsten Akteure, die Kunden  
Preise und Qualität wahrnehmen

### Podiumsdiskussion

Stellen heiße Preise die Qualität kalt?

Moderation: Johannes Hübner,  
Pressesprecher des AvD Automobilclub von Deutschland

Nutzen Sie die Gelegenheit, bei einem Get-together am Vorabend im Hotel Mercure sowie einer Führung und gemeinsamen Abendessen im „Bermuda3Eck“ schon Kontakte mit anderen Teilnehmern und den Referenten zu knüpfen. Es stehen Ihnen Sonderkontingente in 3 Bochumer Hotels zur Verfügung:  
Mercure Hotel Bochum City\*\*\*\*: EZ €99.- DZ €116.-  
IBIS Bochum Zentrum\*\*+: EZ €76.- DZ €87.-  
art Hotel Tucholsky\*\*\*: EZ €70.- DZ €80.-  
(Preise pro Nacht, inkl. Frühstücksbuffet)  
Information: Bochum Touristinfo, Markus Sturm  
Tel.: +49-(0)234-90496-22  
E-Mail: [hotels@bochum-tourismus.de](mailto:hotels@bochum-tourismus.de)



Gebaut aus Highlights.

**KOMFORT HOCH ZWEI.**  
Der Skyliner eröffnet mit seinen außergewöhnlichen Highlights eine einzigartige Dimension der luxuriösen VIP-Reise auf zwei Ebenen. Er verschiebt die Messlatte für Erlebnis, Komfort und Sicherheit erneut ganz weit nach oben. Seine außergewöhnliche Kapazität macht ihn umweltfreundlich und wirtschaftlich. Somit bietet sich der Skyliner geradezu für den Fernlinieneinsatz an.

www.neoplan-bus.com



Die neue Generation Euro VI. Mit BlueEfficiency Power-Technologie und integriertem Sicherheitskonzept. Der Tourismo. Eine sichere Investition.  
[www.mercedes-benz.de/omnibus](http://www.mercedes-benz.de/omnibus)

**Mercedes-Benz**  
The standard for buses.

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

**Pro & Contra:** USP des „Tag der Bustouristik“ ist, dass die Protagonisten der zur Diskussion stehenden Sachverhalte über Potentiale, Hintergründe und Sachzwänge aufklären und gerade auch brisante Punkte nicht ausklammern.

**Konzeption:** Darstellung des Themas, Impulsreferat, Expert-Statements mit anschließender Podiumsdiskussion. Dabei treffen gegensätzliche Meinungen aufeinander. Die offene Diskussion, die darauf folgt stellt den Dialog von Fachbesuchern und Podium her.



**Themen der Tage der Bustouristik**

- 1982 *Das Interessensdreieck: Staatsbetriebe, Busunternehmer, Touristikkonzerne*
- 1983 *Werbefahrten – pro und contra*
- 1984 *Grenzüberschreitender Verkehr*
- 1985 *Incoming – Bedeutung und Relevanz für die Bustouristik*
- 1986 *Partnerschaft in der Bustouristik*
- 1987 *Paketreiseveranstaltung – pro und contra*
- 1988 *EG-Liberalisierung – Risiken und Chancen*
- 1989 *Deutscher Fremdenverkehr und Bustouristik – verkannte Chancen?*
- 1990 *Lohnt sich der Vertrieb von Busreisen über Reisebüros?*
- 1991 *Spezialisierung oder Diversifikation?*
- 1992 *Bahn und/oder Bustouristik – miteinander oder gegeneinander?*
- 1993 *Vereins- und Gruppengeschäft – Schwarztouristik oder Partnerschaft?*
- 1994 *Vergleichungswettbewerb oder branchenübergreifende Bustouristik?*
- 1995\* *Goldgruben oder Fata Morgana? Musicals, Themen- und Freizeitparks, Ski- und Alternativreisen*
- 1997\* *Incoming – Dollar-Regen über die Bustouristik?*
- 1998 *Kooperation – Einzelkämpfer oder Team?*
- 1999 *Neue Märkte 2000*
- 2000 *Freie Fahrt – gegen Bus-Diskriminierungen*
- 2001 *Freier Wettbewerb – total global*
- 2002 *Bus und/oder Flug?*
- 2003 *Risiko Analyse – Engpässe und Rahmenbedingungen*
- 2004 *Innovationen für das neue Vereinsreisegeschäft*
- 2005\* *Kerngeschäfte im Wettbewerb*
- 2005\* *Internationaler Erfahrungsaustausch und Ideenschmiede*
- 2007\* *Moderne Bustouristik – heute und morgen mit dem Bus verreisen?!*
- 2007\* *Kulturreisen – Wettbewerb und Zusammenarbeit im Zukunftsmarkt*
- 2009 *Städtereisen – Reisebusse willkommen?*
- 2010 *Gaumenkitzel statt Seniorenteller*
- 2011 *Event-Tourismus: unerschöpfliche Quelle thematischer Angebote für das ganze Jahr*
- 2012 *Busreisen: kein Auslaufmodell! Innovationen in der Bus- und Gruppentouristik*
- 2013 *Reibrunch für Image und Marke: zum gemeinsamen Erfolg*
- 2013\* *Stationär, online, mobil – Vertrieb von Busreisen optimieren*
- 2015 *Drehbuch Erlebnis Reise – Erfolg inszenieren*
- \*Abweichungen vom Jahresrhythmus November/Dezember/Januar

**Schirmherren der Tage der Bustouristik**

- Landesverband Hessischer Omnibusunternehmer e.V. (LHO) 1982
- Reise-Ring Deutscher Autobusunternehmen e.V. International (RDA) 1983
- Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer e.V. (BDO) 1984
- Reise-Ring Deutscher Autobusunternehmen e.V. International (RDA) 1985-1990
- RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V. 1991-2016



**Termin:** Montag, 11. Januar 2016  
**Ort:** Christuskirche Bochum  
An der Christuskirche 1  
44787 Bochum



**Anmeldung:** 34. Tag der Bustouristik 2016  
RDA Int. Bustouristik Verband e.V.  
Z.H. Dieter Gauf  
Hohenstaufenering 47-51  
50674 Köln  
Tel.: 0221-912772-0 u. 0221-6201221  
Fax: 0221-124788  
Email: dieter.gauf@gauf-germany.de

**Konzeption und Tagungsleitung:**  
MPHil u. Dipl.-Betriebswirt Dieter Gauf

Druck: Agathos Druck

© Dieter Gauf

Wo der Augenblick verweilt

**Hotels & Resorts**

**maistra**  
ROVINJ-VRSAR +385 (0)52 800 310  
groups@maistra.hr www.maistra.com

Per Fax an: ++49 (0)221 124788  
Email: dieter.gauf@gauf-germany.de  
oder im Fensterumschlag an



Ich nehme teil am Tag der Bustouristik in Bochum mit .... Personen

Abesender  
Firma  
Straße  
PLZ/Ort



RDA Internationaler  
Bustouristik Verband e.V.  
Z.H. Dieter Gauf  
"Tag der Bustouristik"  
Hohenstaufenering 47-51  
D-50674 Köln

Die Teilnahme am Programm des Tag der Bustouristik ist für Busreiseunternehmer und deren Vertragspartner aus Tourismus und Hotellerie sowie Interessenvertreter, Politiker, Wissenschaftler und natürlich für die Presse ohne Gebühr.