

Lernfeld 7: Märkte der Tourismus- und Freizeitbranche analysieren und Marketingstrategien ableiten

2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 40 Stunden

Allgemeine Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler analysieren den regionalen Markt ihrer Branche. Sie stellen Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Marktteilnehmer fest, indem sie Methoden und Instrumente der Marktforschung begründet auswählen. Sie begreifen gewonnene Daten als Grundlage für die Gestaltung des betrieblichen Leistungsangebots und erfassen die Bedeutung kundenorientierten Verhaltens für den Unternehmenserfolg. Die Schülerinnen und Schüler nutzen Marketinginstrumente als Basis für die Erstellung eines Marketingkonzepts und berücksichtigen dabei ihre gegenseitige Abhängigkeit sowie die Besonderheiten des Dienstleistungsprozesses. Sie ermitteln wesentliche Möglichkeiten der Produktpolitik sowie branchenübliche Vertriebswege und Vertriebsmedien.

Sie beschreiben Maßnahmen und Determinanten der Preispolitik und erkennen Preisdifferenzierung und Verkaufskonditionen als wichtige Bestandteile erfolgreicher Preispolitik. Sie bestimmen Mittel der Kommunikationspolitik. Sie stellen Arten, Mittel, Aufgaben und Grundsätze von Werbung dar und untersuchen Wirkungsmöglichkeiten von Werbemaßnahmen. Sie bewerten Möglichkeiten und Grenzen der Marktbeeinflussung durch verschiedene Marketinginstrumente aus Anbieter- und Nachfragersicht. Sie betrachten Marketing im Spannungsverhältnis gesellschaftlicher Entwicklungen, auch unter ökologischen Gesichtspunkten. Sie beurteilen Marketinginstrumente hinsichtlich der Umsetzbarkeit in ihrem Ausbildungsbetrieb.

Lerninhalte

- Produktinnovation, -variation und –elimination
- Yield-Management
- direkter und indirekter Vertrieb, Eigen- und Fremdvertrieb
- Corporate Identity, Public Relations, Verkaufsförderung
- AIDA-Modell
- Produzenten-Konsumenten-Dilemma

Lernfeld 8: Touristische und freizeitwirtschaftliche Produkte und Leistungen planen und gestalten

2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden

Allgemeine Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler wenden Methoden der Marktforschung an, um typische Zielgruppen der Tourismus- und Freizeitbetriebe in der Region und ihres Unternehmens zu bestimmen. Unter Nutzung geeigneter Informationsquellen analysieren sie Nachfrageverhalten von Kunden, deren Bedarfsstrukturen sowie aktuelle Trends der Tourismus- und Freizeitbranche. Sie vergleichen das Produkt- und Leistungsprogramm ihres Unternehmens mit Kundenwünschen und bewerten verschiedene Möglichkeiten zur Sicherung und Verbesserung von Produkt- und Servicequalität.

Die Schülerinnen und Schüler entwickeln unter Berücksichtigung entsprechender produktpolitischer Maßnahmen sinnvolle Einzelleistungen und Pauschalangebote als Ergänzungsmöglichkeiten des Produkt- und Leistungsangebots. Dabei beachten sie betriebliche Ziele, Möglichkeiten und Grenzen, Kooperationen sowie Konkurrenzsituationen und Marktformen des regionalen Marktes. Sie bestimmen notwendige Eigen- und Fremdleistungen und entsprechende Leistungsanbieter.

Sie holen unter Anwendung geeigneter Methoden und Instrumente der Kommunikation Angebote ein und führen mit Hilfe qualitativer Kriterien Angebotsvergleiche durch. Sie erkennen in diesem Zusammenhang unterschiedliche Aspekte der Pflege von Beziehungen zu Vertragspartnern sowie deren Bedeutung. Die Schülerinnen und Schüler kaufen entsprechende Fremdleistungen ein und schließen dafür notwendige Verträge ab. Sie kennen branchenübliche Rechtsbeziehungen zwischen Leistungsträgern sowie daraus resultierende Rechte und Pflichten. Die Schülerinnen und Schüler wenden begründet preispolitische Maßnahmen an, um nach einem einfachen Kalkulationsschema Angebotspreise zu berechnen. Unter Verwendung branchenüblicher Medien stellen sie Angebote dar und berücksichtigen dabei Prinzipien der Corporate Identity.

Lerninhalte

- Gästebefragungen, Meldestatistik, Tourismusbarometer
- Einflussfaktoren des Angebots und der Nachfrage
- ISO Zertifizierung, Anerkannte Tourismusinformationsstellen (ATIS),

Touristische Informationsnorm (TIN),

- Zielgruppenorientierte Klassifizierung (ZOK)
- Umweltzertifikate
- Agentur- und Vermittlungsvertrag, Options- und Garantievertrag, Dienstvertrag
- Flyer, Kataloge, Plakate, Internetangebote

Lernfeld 9: Touristische und freizeitwirtschaftliche Produkte und Leistungen verkaufen

2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden

Allgemeine Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler bewerten Chancen und Risiken unterschiedlicher Absatzwege sowie Vertriebsmedien und wählen begründet ein geeignetes Vertriebssystem für ihr Unternehmen aus. Zur Unterstützung des Vertriebs nutzen sie verkaufsfördernde Maßnahmen sowie regionale und überregionale Kooperationen. Sie entwickeln Werbekonzepte, indem sie geeignete Werbemittel einsetzen und die Werbegrundsätze sowie relevante werberechtliche Bestimmungen beachten. Sie beurteilen getroffene Maßnahmen mit Hilfe des AIDA-Modells im Hinblick auf ihre Wirkung und führen Werbeerfolgskontrollen durch. Darüber hinaus ergreifen sie unterstützende PR-Maßnahmen. Sie verkaufen entwickelte Produkte bzw. Leistungen, beziehen rechtliche Rahmenbedingungen mit ein und bieten mögliche Zusatzleistungen an.

Die Schülerinnen und Schüler prüfen unterschiedliche Zahlungsmöglichkeiten der Kunden im Hinblick auf die Einsetzbarkeit in ihrem Unternehmen und treffen eine sinnvolle Auswahl. Sie reagieren bei Störungen der Zahlung und leiten nach Klärung der Rechtslage Maßnahmen zu deren Beseitigung ein. Sie erfassen Kundendaten, beachten grundlegende Bestimmungen der Datensicherheit und bereiten Kundendaten für zukünftige Marketingmaßnahmen auf.

Die Schülerinnen und Schüler reflektieren kritisch den Prozess der Produkt- und Leistungserstellung sowie durchgeführter Marketingmaßnahmen. Sie erarbeiten Verbesserungsvorschläge und ziehen Schlussfolgerungen im Hinblick auf Kundenbindung und Gewinnung von Neukunden.

Lerninhalte

- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), Preisabgabenverordnung
- Reisevertrag, Beherbergungsvertrag, Beförderungsvertrag
- Nicht-Rechtzeitig-Zahlung, außergerichtliches und gerichtliches Mahnverfahren