
10. Salzburger Tourismusforum
"Tourismus-Herausforderung-Zukunft"

Dynamic Packaging – Chance und Bedrohung für die Touristik

Nico Stengel

Diplom-Verkehrswirtschaftler

Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Hochschule Harz (FH)
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

In Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Sven Groß, Hochschule Harz (FH).

© Nico Stengel, Dipl.-Verk.wirtsch.

Einleitung

Dynamic Packaging –
Chance und Bedrohung
für die Touristik



- Einleitung
1. Definition
 2. These
 3. Chancen und Bedrohung
 4. Fazit

1. Definition - Woher kommt Dynamic Packaging?

Dynamic Packaging –
Chance und Bedrohung
für die Touristik



Veränderte Rahmenbedingungen

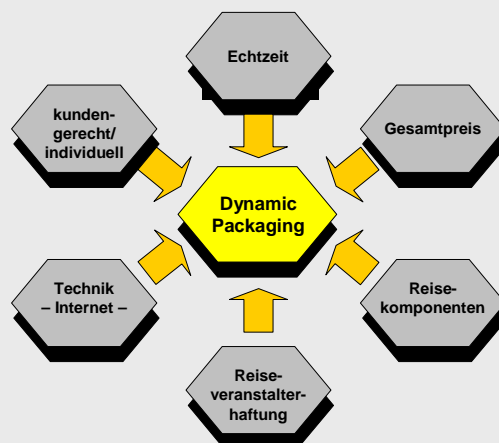
- Direktvertrieb der Leistungsträger
- Internettechnologie
- Low Cost Carrier
- Arbeitswelt

Veränderte Reisende

- Reiseerfahrung
- Individualität
- Flexibilität
- Preissensibilität

1. Definition - Was ist Dynamic Packaging?

Dynamic Packaging –
Chance und Bedrohung
für die Touristik



(Quelle: Stengel/Groß 2007)

1. Definition - Was ist Dynamic Packaging?

Dynamic Packaging –
Chance und Bedrohung
für die Touristik



Definition:

„Das **Dynamic Packaging** ist ein flexibler und interaktiver Produktionsprozess, bei dem ein touristisches Leistungsbündel aus unterschiedlichen Quellen erstellt wird. Dabei wird auf eine Kundenanfrage ein Reisepaket gemäß den individuellen Anforderungen des Kunden in Echtzeit zu einem Gesamtpreis zusammengestellt, welches pauschalrechtlich abgesichert ist.“

(Stengel/Groß 2007)

2. These

Dynamic Packaging –
Chance und Bedrohung
für die Touristik

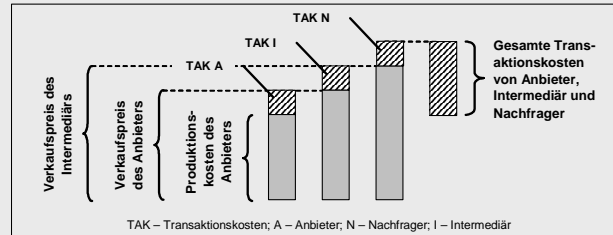


Das Dynamic Packaging wird die bestehende
Branchenstruktur der Touristik grundlegend
verändern!

Dies beinhaltet Chancen und Bedrohungen für
alle Beteiligten.



Grundlage der Veränderungen:
Bewertung der Transaktionskosten



TAK – Transaktionskosten; A – Anbieter; N – Nachfrager; I – Intermediär

(Quelle: Stengel/Groß 2007, in Anlehnung an Picot)

➤ Neu-Bewertung der Transaktionskosten bei Einsatz des Internets



Veränderte Rolle der Intermediäre innerhalb der Branchenstruktur



Intermediation

Auseinanderfallen von Wertketten in
einzelne Wertschöpfungsstufen



Disintermediation

Ausschaltung traditioneller Vertriebswege
durch Internet-basierte Vertriebswege



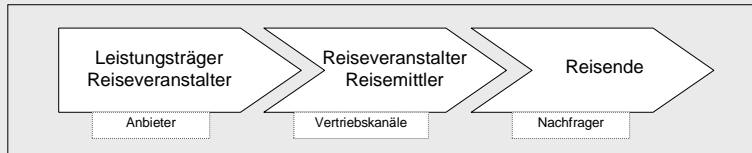
Reintermediation

Wandlung traditioneller Vertriebswege zu
Internet-basierten Vertriebswegen

2. These



Bestehende Branchenstruktur der Touristik vor ca. 5 Jahren



(Quelle: Stengel/Groß 2007)

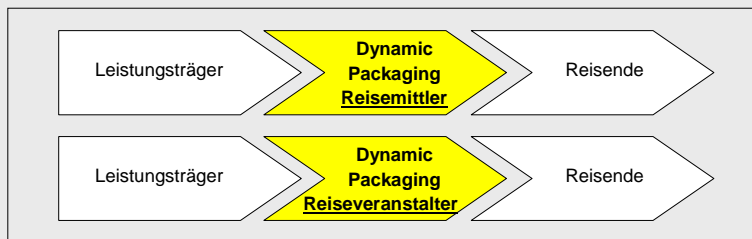
3. Chance und Bedrohung



Chance:

Reintermediation der Reisemittler bzw. Reiseveranstalter

Neue Branchenstruktur der Touristik mit Dynamic Packaging



(Quelle: Stengel/Groß 2007)

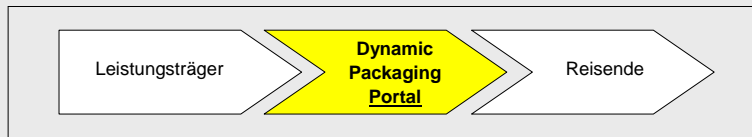
3. Chance und Bedrohung



Bedrohung:

Disintermediation der Reisemittler bzw. Reiseveranstalter

Neue Branchenstruktur der Touristik mit Dynamic Packaging



(Quelle: Stengel/Groß 2007)

4. Fazit

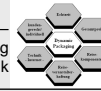


Dynamic Packaging:

- erstellt kundenindividuelle, in Echtzeit gepackte Reisepakete
- Internet als technische Grundlage
- Chance für die Touristik:
 - neues Angebot für veränderte Kundenbedürfnisse
 - ist eine Antwort auf die Internet-basierten Vertriebswege
- Bedrohung für die Touristik:
 - stellt die bestehende Branchenstruktur in Frage
 - traditionelle werden durch Internet-basierte Vertriebswege ersetzt

4. Fazit

Dynamic Packaging –
Chance und Bedrohung
für die Touristik



4. Fazit

Dynamic Packaging –
Chance und Bedrohung
für die Touristik



Aktive Player:



Neue Player:



Die hier genannten Firmen stellen lediglich eine Auswahl dar.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Nico Stengel

Diplom-Verkehrswirtschaftler

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Hochschule Harz (FH)

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Friedrichstraße 57-59 - D-38855 Wernigerode

Tel.: 03943/659 291 - Fax: 03943/659 299

E-Mail: nstengel@hs-harz.de

In Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Sven Groß, Hochschule Harz (FH).