

## **Geleitwort**

Der touristische Markt befindet sich in einem grundlegenden Wandel. Stetig steigendes Wachstum mit gleichbleibenden standardisierten Produkten gehört zumindest für den deutschen Markt der Vergangenheit an. Die Branche sieht sich einer zunehmenden Marktdynamik, einem Wertewandel und Trendbrüchen ausgesetzt. Brachte der Markt der Reiseveranstalter in Zeiten des Wachstums noch eine hohe Rendite, so zeigt sich das System heute als krisenanfällig. Entsprechend wird es zunehmend wichtiger, frühzeitig Chancen und Risiken im Markt zu erkennen um rechtzeitig Strategien entwickeln zu können, wie diesen Gegebenheiten begegnet werden kann. Früherkennung und flexible Strategien sind die beherrschenden Themen.

Krisenmanagement wurde bisher im Tourismusmarkt als eine Aufgabe betrachtet, mit der man sich erst beschäftigt, wenn es zu einer kritischen Situation gekommen ist. Entsprechend stand Krisenkommunikation im Mittelpunkt der Überlegungen.

Herr Jossé setzt hier früher an. Er betrachtet im Rahmen seiner Arbeit ein umfassendes Frühaufklärungssystem für den Veranstaltermarkt, das Veränderungen der Umwelt, die Bedrohungen oder Chancen für das Unternehmen bedeuten, frühzeitig ankündigen soll, um mögliche Maßnahmen zum Abwenden bzw. zum Ausnützen des Ereignisses zu ergreifen. Ein strategisches Frühaufklärungssystem hat aus unternehmerischer Sicht die Funktion eines „Radarsystems“. Als eine spezielle Art von Informationssystem, das bereits auf schwache Signale reagiert, werden Gefährdungen und Chancen mit zeitlichem Vorlauf signalisiert und entsprechende Reaktionen ermöglicht.

Frühaufklärungssysteme wurden in der Theorie vor allem in den 80er und Anfang der 90er Jahre diskutiert. Seit dieser Zeit hat zwar das Thema insgesamt an Bedeutung gewonnen, neue theoretische Ansätze sind jedoch selten in der Literatur zu finden. Herr Jossé hat es sich zur Aufgabe gemacht, aktuelle Ergebnisse der wissenschaftlichen Forschung aufzugreifen, um die Diskussion der Gestaltung von Frühaufklärungssystemen weiter zu führen. Darüber hinaus beschäftigt er sich speziell mit dem Tourismusmarkt. Dabei stehen folgende Aspekte im Mittelpunkt:

1. Wie ist ein strategisches Frühaufklärungssystem im Reiseveranstaltermarkt zu gestalten, damit Chancen und Risiken frühzeitig erkannt werden.
2. Mit welchen Strategien und Maßnahmen können Reiseveranstalter reagieren, um Chancen zu nutzen und Krisen zu begegnen.

Die Arbeit von Herrn Jossé liefert vielseitige Hinweise darauf, wie in der heutigen Zeit ein Frühaufklärungssystem gestaltet sein muss, damit es Reiseveranstaltern gelingt, sich auf die Anforderungen des krisenanfälligen Marktes einzustellen. Sowohl die theoretische Weiterentwicklung des Themas, als auch die abgeleiteten Gestaltungs-

empfehlungen bieten der Praxis zahlreiche neue Impulse und der Wissenschaft viele Anregungen für weitere Forschungsaufgaben. Entsprechend wird das Werk nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch in der Praxis auf großes Interesse stoßen.

Edgar Kreilkamp

Professor für Strategisches Management und  
Tourismusmanagement an der Universität Lüneburg