




Präsentation der Planspielergebnisse

Positionierung

Produkte:

-  Generalist im Bezug auf Destinationen
-  Fokus Fernreisen

Zielgruppe:

-  Spezialisiert auf Familien & Paare

Sortimentgestaltung:

-  Fixbestandteile (Fernreisen) &
-  Trendorientierung (restliches Sortiment je nach Szenario)

Entwicklung in der Übersicht

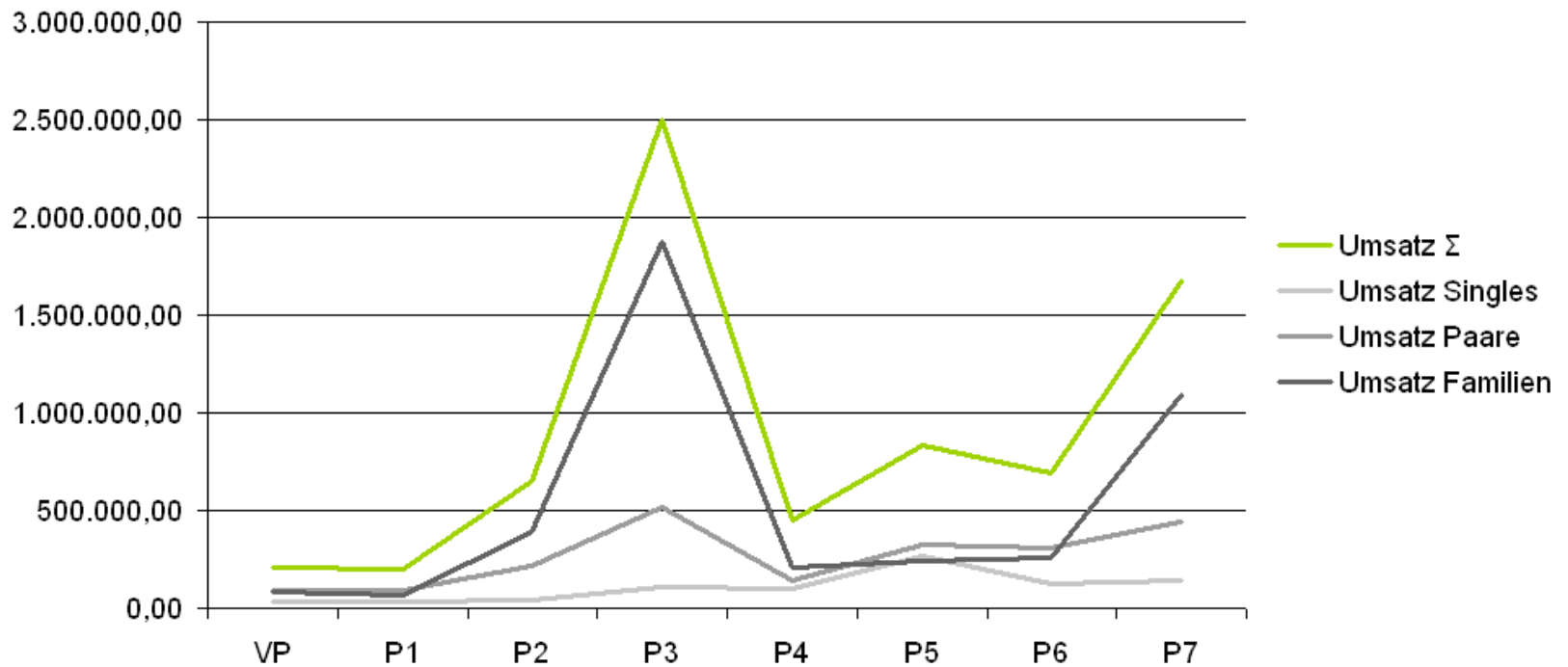
Vorperiode (Vorbesitzer) vs. letzte Spielperiode

	Vorperiode	Periode 7	Veränderung absolut	Veränderung %	Trend
Umsatz Σ	€ 207.688,00	€ 1.673.013,00	€ 1.465.325,00	705,54%	↗
Umsatz Singles	€ 35.465,00	€ 138.482,00	€ 103.017,00	290,48%	↗
Umsatz Paare	€ 91.112,00	€ 440.821,00	€ 349.709,00	383,82%	↗
Umsatz Familien	€ 81.111,00	€ 1.093.710,00	€ 1.012.599,00	1248,41%	↗
Kosten - Leistungen	€ 198.894,00	€ 1.698.048,00	€ 1.499.154,00	753,75%	↗
Kosten - Extras	€ 8.745,00	€ 5.880,00	-€ 2.865,00	-32,76%	↘
Kosten - Personal	€ 20.700,00	€ 56.085,00	€ 35.385,00	170,94%	↗
Kosten - Marketing	€ 8.624,00	€ 49.712,00	€ 41.088,00	476,44%	↗
Provision aus Leistungen	€ 21.878,00	€ 210.612,00	€ 188.734,00	862,67%	↗
Provision aus Extras	€ 1.398,00	€ 5.397,00	€ 3.999,00	286,05%	↗
ROI	-11,25 %	1,08 %	12,33 %	109,60%	↗
Umsatzrentabilität	-6,79 %	0,47 %	7,26 %	106,92%	↗
DB V	-€ 14.106,00	€ 7.848,00	€ 21.954,00	155,64%	↗
Periodenergebnis	-€ 14.106,00	€ 3.924,00	€ 18.030,00	127,82%	↗
Aktienkurs	€ 500,00	€ 502,50	€ 2,50	0,50%	↗



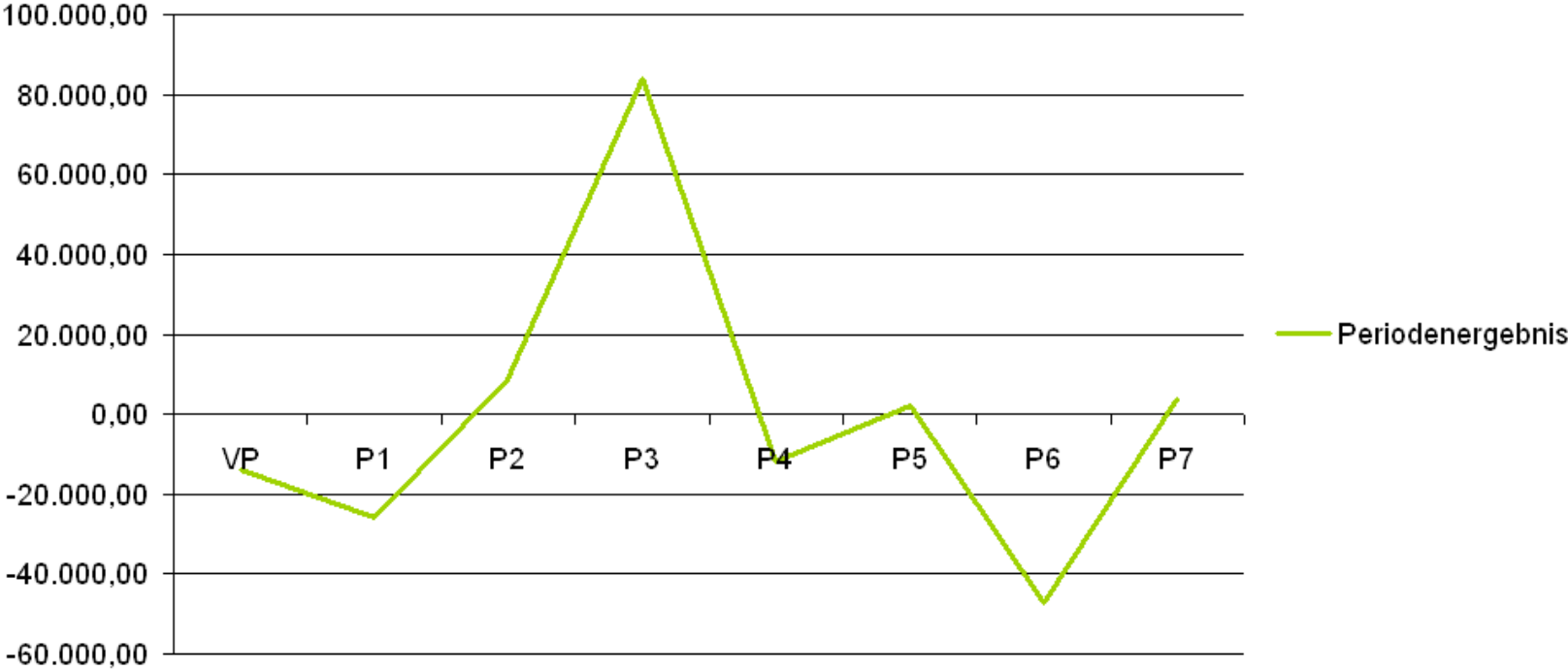
Kennzahlen (1)

Umsätze:



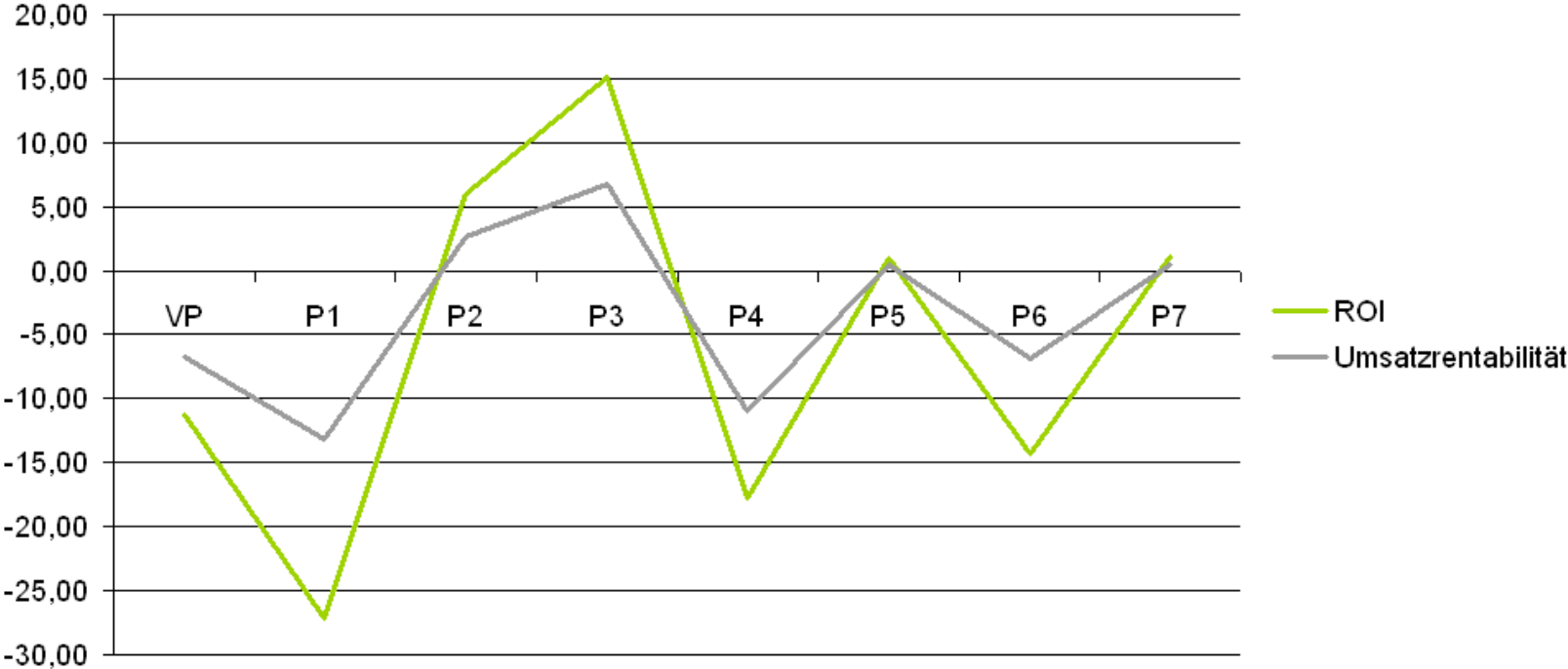
Kennzahlen (2)

Periodenergebnis:



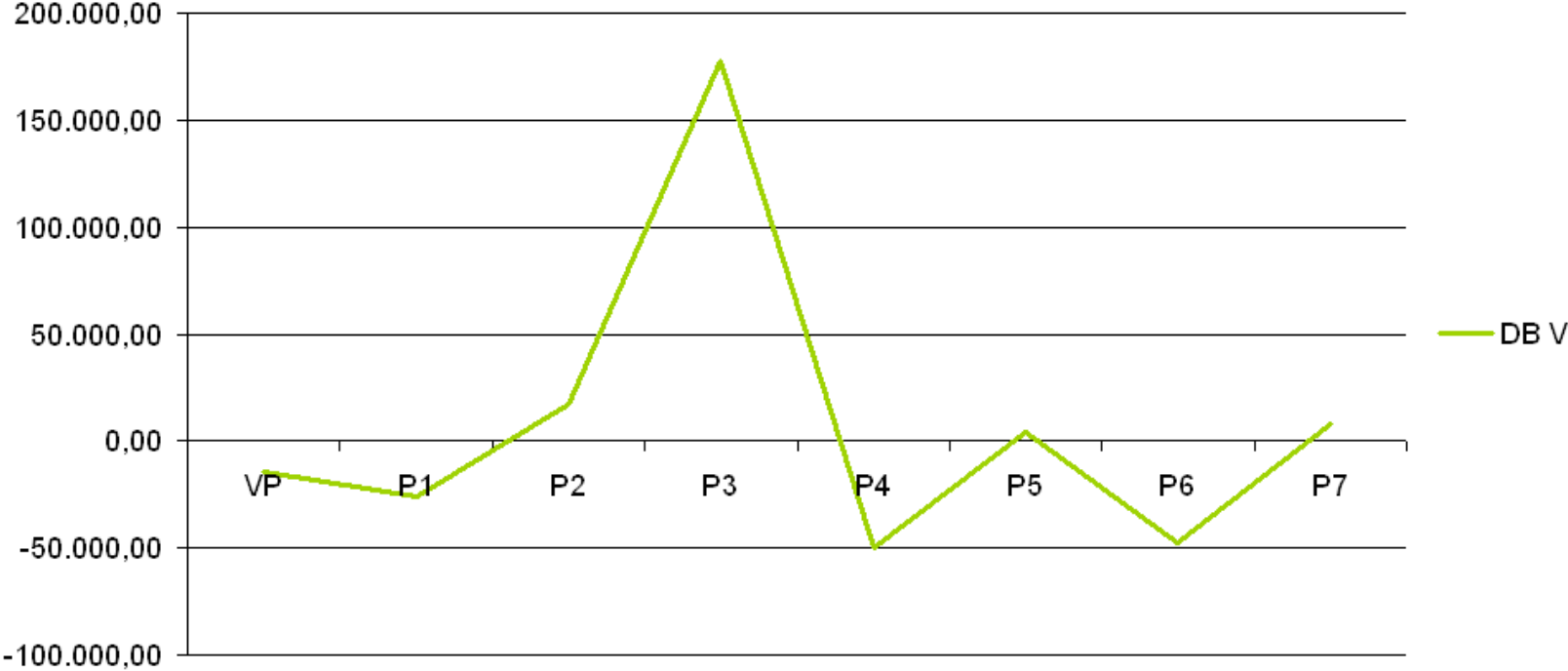
Kennzahlen (3)

Rentabilität:



Kennzahlen (4)

DB V:







Kennzahlen (5)

Aktienkurs:



SWOT Analyse

Stärken:

-  Fernreisen: Stammkunden, sehr hohe Marktanteile
-  keine Reklamationen
-  gutes Betriebsklima
-  Sehr motiviertes Personal


Schwächen:

-  Image
-  Mitarbeiterauslastung

Chancen:

-  Fernreisemarkt
-  Focus auf Familien & Paare

Risiken:



-  zu umfangreiches Sortiment
-  keine Spezialisierung

Zukunftsausblick / Empfehlungen




Personal:

-  Anpassung Gehälter an Leistung/Qualifikation

Marketing:

-  Kurs beibehalten (~ 7% vom Vorperiodenumsatz)
-  Schwerpunkt Mailings

Reiseplanung:

-  Fokus Fernreisen (Familien & Paare)
-  Weitere Destinationen nach Trends
-  Pflege der Stammkunden



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit