

St. Galler Schriften für Tourismus und Verkehr

Band 10

Institut für Systemisches Management
und Public Governance



Universität St.Gallen

Neue Technologien und Kommunikation im alpinen Tourismus

Schweizer Jahrbuch für Tourismus
2018/2019

Herausgegeben von

Prof. Dr. Thomas Bieger
Prof. Dr. Pietro Beritelli
Prof. Dr. Christian Laesser

Mit Beiträgen von

Dr. Monika Bandi Tanner
Prof. Dr. Pietro Beritelli
Bernhard Bichler
Prof. Dr. Christian Buer
Corsin Capol
Christian Eckert
Florian Eggli
Lisa Fickel
Dr. Daniel Fischer
Prof. Dr. Marco A. Gardini
Annika Herold
Lukas Huck
Christopher Jacobson
Richard Kämpf

Prof. Dr. Christian Laesser
Dr. Therese Lehmann Friedli
Roland Lymann
Prof. Peter Moser
Prof. Dr. Harald Pechlaner
Marcel Perren
Prof. Dr. Mike Peters
Dr. Birgit Pikkemaat
Dr. Frieda Raich
Rebekka Rufer
Prof. Dr. Jürg Stettler
Anna Wallebohr
Prof. Dr. Anita Zehrer

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
ESV.info/978-3-503-18707-2

Gedrucktes Werk: ISBN 978-3-503-18707-2

eBook: ISBN 978-3-503-18708-9

ISSN 1869-5345

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2019

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO Norm 9706.

Druck und Bindung: Difo-Druck, Bamberg

Inhaltsverzeichnis

Thomas Bieger, Pietro Beritelli, Christian Laesser
Vorwort der Herausgeber VII

Konsumenten/Märkte

Christian Eckert, Harald Pechlaner
Standorthistorische Charakteristika als Grundlage einer verstärkten
Profilbildung 1

Jürg Stettler, Florian Eggli, Lukas Huck, Marcel Perren
Motive und Verhalten von chinesischen Individualreisenden in der
Zentralschweiz 19

Richard Kämpf, Rebekka Rufer
Implikationen von Megatrends für die Tourismuspolitik 31

Lisa Fickel, Roland Lymann, Anna Wallebohr
Wellness Destinationen in der Schweiz 41

Pietro Beritelli, Christian Laesser
Warum DMOs und Tourismusorganisationen nicht wirklich „Gäste
holen“ – Die Aufklärung eines Cargo-Kults 53

Digitalisierung

Bernhard Bichler, Birgit Pikkemaat, Mike Peters
Analogisierung als Folge zunehmender Digitalisierung im Tourismus 85

Christian Buer
Die Digitalisierung in der Hotellerie 99

Daniel Fischer, Annika Herold
Plattformen als Geschäftsmodelle für Destinationen 119

Marco A. Gardini
Marketing goes Digital – Schöne neue Welt im Tourismusmarketing? 131

<i>Christopher Jacobson, Corsin Capol, Peter Moser</i> Aktivitätbasiertes Online-Gruppenbuchungstool	149
<i>Monika Bandi Tanner, Therese Lehmann Friedli</i> Einfluss der Digitalisierung auf den Strukturwandel im Tourismus	165
<i>Anita Zehrer, Frieda Raich</i> Die Nutzung von sozialen Medien im Tourismus	179
Autorenverzeichnis	193

Vorwort der Herausgeber

Es freut uns sehr, dass Sie diese Ausgabe des Jahrbuchs für Tourismus lesen. Das Jahrbuch feiert nämlich sein 30-jähriges Jubiläum; seit 1988 liefert es Praxisbeiträge für die Branche. Die Themen sind teilweise dieselben geblieben, teilweise sind aber auch neue Herausforderungen dazu gekommen. Zu einer dieser Herausforderungen wollen wir mit dieser Ausgabe einen besonderen Scherpunkt widmen. Das diesjährige Jahrbuch ist nämlich einem zentralen Thema – der Digitalisierung im Tourismus – gewidmet. Gleichzeitig haben wir im ersten Teil es nicht unterlassen, Beiträge allgemein zu Konsumenten, Märkten einzuschliessen. Sie werden merken, dass auch diese Beiträge die Relevanz der Themen Kommunikation und teilweise auch der Technologie ansprechen.

Christian Eckert und Harald Pechlaner eröffnen den ersten Teil, indem sie am Beispiel von Nürnberg erläutern, wie ein strategischer Profilierungsprozess nicht nur Tourismus, sondern auch standortrelevante Themen berücksichtigt. Die Initiative zur Kandidatur als Europäische Kulturhauptstadt bietet ein gutes Beispiel, das zeigt, wie solche Prozesse die nötige Kraft entwickeln, um von breiteren Kreisen als Anlass für die Gestaltung einer gemeinsamen Zukunft genutzt zu werden. Auch im Sinne der Destinationsentwicklung für eine Stadt, aber fokussiert auf spezifische Besucher, konzentriert sich der Beitrag von Stettler, Eggli, Huck und Perren. Der Artikel fasst die wichtigsten Erkenntnisse eines InnoTour-geförderten Projektes zusammen, in welchem das Reiseverhalten und die -motive chinesischer Touristen in der Zentralschweiz beleuchtet werden. Insbesondere Kapitel 4 ist sehr informativ und bietet interessante Erkenntnisse für die Praxis. Der Artikel zeigt, wie auch chinesische Gäste differenziert betrachtet werden müssen und dass auch die Verhaltensweisen dieser Gäste sich mit der Zeit verändern.

Verändern tut sich die Nachfrage grundsätzlich, weil Reisen ja Spiegelbild der Gesellschaft ist und sich im Gleichschritt mit ihr entwickelt. Dies zeigt sich gut im Artikel von Richard Kämpf und Rebekka Rufer. Der Beitrag ist auch deshalb so wichtig, weil die Relevanz der gesellschaftlichen Trends mitunter auch Grundlage waren für die Ermittlung der neuen Tourismusstrategie des Bundes, also wo und wie der Staat seine Rolle sehen muss. Quasi als Gegenstück dazu aber auf einen spezifischen Fall angewendet, darf man den Rückblick über die Wellnessstrategie des Schweizer Tourismusverbandes betrachten, die 2008 in Gang gesetzt wurde. In jener Zeit war das Thema «trendig» und aktuell. Lisa Fickel, Roland Lymann und Anna Wallebohr gehen detailliert auf diesen Rückblick ein und stellen fest, dass viele Aktivitäten sowohl angebots- als auch nachfrageseitig sich laufend weiterentwickeln und dass der Begriff Wellness viele Teilgebiete umfasst, die eine Auswahl an strategischen Spezialisierungen bieten.

Der letzte Beitrag von Beritelli und Laesser bleibt beim Thema Destination, verbindet aber mithilfe der (digitalen) Kommunikation und Vertrieb den ersten mit dem zweiten Teil. In diesem Artikel klären die Autoren eine Reihe von Mythen auf, die in den vergangenen Jahrzehnten viele Touristiker dazu gebracht haben zu glauben, dass DMOs (also Tourismusorganisationen) «Gäste holen» könnten. In einem umfassenden Überblick zu den neuesten Erkenntnissen aus Forschung und Praxis argumentieren sie, was diese Organisationen wirklich bewirken können und was hingegen leider Wunschdenken war.

Der Teil zur Digitalisierung beginnt auch gleich mit einem kritischen Beitrag von Bichler, Pikkemaat und Peters. Die Autoren stellen eine differenzierte Analyse und Diskussion im Spannungsfeld zwischen analog und digital im Tourismus und zeigen Chancen und Grenzen der aktuellen Entwicklungen dar. Auch Christian Buer präsentiert ein aufgeklärtes Bild der Digitalisierung in der Hotellerie. Er zeigt auf eindrückliche Weise, wie das Thema auch in der Hotellerie sich in kurzer Zeit zu einer vielschichtigen Herausforderung entwickelt hat. Daniel Fischer und Annika Herold zeigen in ihrem Artikel auf, wie die Prinzipien der Plattformökonomie strukturiert werden können und wie dadurch aufgebaute Geschäftsmodelle sich auf touristische Destinationen auswirken.

«Marketing goes Digital - Schöne neue Welt im Tourismusmarketing?» betitelt Marco A. Gardini seinen Beitrag. Hier wird aufgezeigt, wie die Digitalisierung das bisherige Marketing nicht nur unterstützen kann, sondern viele Aspekte des Marketings verändert. An einem sehr konkreten Beispiel, nämlich einer Online-Buchungsplattform für Vereinsgruppenreisen nach Graubünden, zeigen Jacobson, Capol und Moser wie Praxis und Wissenschaft gemeinsam einen Prototyp einer neuen dynamischen Plattform entwickeln und testen.

Über die weitreichenden Konsequenzen der Digitalisierung auf den Tourismus berichten Monika Bandi Tanner und Therese Lehmann Friedli. Speziell zu erwähnen ist hier nicht nur der Wandel innerhalb der Branche, sondern auch wie die Branche aufgrund neuer Dienstleistungen und Märkte anders definiert respektive deren Grenzen weiter gesteckt werden müssen: es entstehen neue «Ökosysteme». Im letzten Beitrag wagen sich Zehrer und Raich an eines der wohl herausforderndsten Themen der Digitalisierung: den sozialen Medien. Herausfordernd ist das Thema, weil es nicht nur aufgrund der weitgehenden Gestaltung durch die Konsumenten selbst schwer zu untersuchen ist, sondern weil die aktuelle Datenflut schnell zu Fehlannahmen und -erkenntnissen führen kann. Die Autorinnen liefern einen differenzierten Zugang und eine konkrete Strukturierung der verschiedenen Teilthemen speziell für familiengeführte Tourismusunternehmen.

Das Jahrbuch setzt sich zum Ziel ein Kompendium aktueller Entwicklung der Branche in Forschung und Praxis zu sein. Es soll damit ein bleibender Wert geschaffen werden. Die Publikation des Jahrbuches ist jedoch nur möglich dank der finanziellen Unterstützung von Partnern aus dem Tourismus. Dafür bedanken wir uns herzlich bei den Jungfrauabahn Management AG, der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit SGH sowie den treuen Mitgliedern der Fördergesellschaft Abteilung Tourismus und Verkehr:

- Academia Engiadina
- Amt für Wirtschaft und Tourismus
- Crédit Suisse (Schweiz) AG
- Departement Volks- und Landwirtschaft
- Gastrosuisse
- hotellerie suisse
- Hotelplan Suisse - MTCH AG
- Kanton Thurgau, Abt. Öffentlich. Verkehr und Tourismus
- REKA Schweizer Reisekasse
- SBB AG, Kreditoren Personenverkehr
- Schweiz Tourismus
- Schweizer Tourismus-Verband
- Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH)
- Stadt Wil
- TCS Tourisme (Touring Club Schweiz)
- UBS Switzerland AG
- Volkswirtschaftsdepartement Schaffhausen, Wirtschaftsamt
- Vorarlberg Tourismus GmbH

Wir wünschen dem Leser eine informative und spannende Lektüre, mit Erkenntnissen und Konsequenzen zum aktuellen Wandel im Tourismus.

St. Gallen, November 2018

Prof. Dr. Pietro Beritelli

Prof. Dr. Thomas Bieger

Prof. Dr. Christian Laesser