

Schriften zu Tourismus und Freizeit
Band 20

Tourismus – E-Tourismus – M-Tourismus

Herausforderungen und Trends der Digitalisierung im Tourismus

Herausgegeben von

Prof. Dr. Markus Landvogt, Prof. Armin A. Brysch
und Prof. Dr. Marco A. Gardini

Mit Beiträgen von

Annika Aebli, Prof. Dr. Ulrich Bauer, Prof. Armin A. Brysch,
Prof. Dr. Renate Freericks, Prof. Dr. Marco A. Gardini, Prof. Dr. Barbara Grüter,
Tim Harms, Dr. Kirstin Hallmann, Prof. Dr. Rainer Hartmann,
Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel, Sarah Holstein, Prof. Dr. Eric Horster,
Univ.-Prof. Dr. Hans Hopfinger, Ninja Kaupa, Univ.-Prof. Dr. Edgar Kreilkamp,
Prof. Dr. Markus Landvogt, Tobias Lichtenstern, Prof. Dr. Julia Eva Peters,
Univ.-Prof. Dr. Mike Peters, Amrei Pfeiffer, Ass.-Prof. Dr. Birgit Pikkemaat,
Kerstin Röck, Prof. Dr. Dorothea Schaffner, Dr. Dirk Schmücker, Yves Senn,
Stefan Staub, Klemens Tschol, Dr. Thomas Wozniak, Prof. Dr. habil. Anita Zehrer

Unter Mitarbeit von

Marcel Rienecker und Katharina Hiller

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 17146 0](http://ESV.info/978_3_503_17146_0)

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 17146 0
eBook: ISBN 978 3 503 17147 7

ISSN 1612-8672

Alle Rechte vorbehalten
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2017
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: Hubert & Co., Göttingen

Vorwort

Die Digitalisierung als Megatrend hat und wird den Tourismus weiter verändern, die etablierte Rollenverteilung zwischen Leistungsträgern und Gästen befindet sich in einem Umbruch. Anbieterseitig bietet die Vielfalt der digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien Tourismusunternehmen nicht nur erweiterte und interaktive Alternativen der Konsumentenansprache und des Vertriebs, sondern verändert auch die Wettbewerbsbedingungen in zahlreichen Märkten und eröffnet den Leistungsanbietern im Tourismus neue strategische Optionen. Genauso bedeutend sind die Effekte der Digitalisierung in Bezug auf die Bedürfnis- und Nachfrageentwicklungen im Tourismus. Der allzeit vernetzte, mobile und immer besser informierte Reisende, der im Zeitalter der Digitalisierung Produkte, Dienstleistungen und Marken nicht nur konsumiert und bewertet, sondern auch mitgestaltet und entwickelt, prägt bereits hier und heute das Konsumentenverhalten in der Tourismus- und Freizeitindustrie.

Hierbei ergeben sich für Wissenschaft und Praxis zahlreiche Fragestellungen, wenn es darum geht, die ökonomischen und sozialen Effekte und Wirkungen der Digitalisierung auf die Tourismus- und Freizeitindustrie zu untersuchen.

- Inwieweit reagieren Unternehmen, Destinationen und Kunden auf diese Veränderungen, welche Voraussetzungen und Anforderungen sind von Nöten, um über den zielgerichteten Auf- bzw. Ausbau digitaler Intelligenz die wirtschaftlichen Potenziale der Digitalisierung für sich nutzbar zu machen?
- Welche Verhaltensänderungen der Akteure bzw. Wirtschaftssubjekte der Internetökonomie führen zu neuen Geschäftsmodellen im Tourismus, welche ethischen und sozialen Herausforderungen sind damit verbunden?
- Worin liegt der spezifische Mehrwert der digitalen Innovationen im Tourismus, inwieweit werden grundlegende Gesetzmäßigkeiten in der Tourismus- und Freizeitindustrie durch die Digitalisierung außer Kraft gesetzt oder inwieweit erweitern digitale Technologien das konzeptionelle und instrumentelle Handlungsspektrum von Anbietern und Nachfragern?
- Wie kann eine effektive und effiziente Rollenverteilung zwischen digitalen und analogen Marketinginstrumenten in der Tourismus- und Freizeitindustrie aussehen?
- Welche Implikationen haben mobile Dienstleistungen, Social Media, virtuelle und erweiterte Realitäten oder Gamification und wie wachsen diese zusammen bzw. ergänzen sich?

Die 19. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) an der Hochschule Kempten stand entsprechend unter dem Motto „*Tourismus – E-Tourismus – M-Tourismus: Herausforderungen und Trends der Digitalisierung im Tourismus*“. Die Keynotes, Praxisreferate und wissenschaftlichen Beiträge verfolgten – vor dem Hintergrund der Tourismus- und Freizeitindustrie – das Ziel, die zukünftigen Entwicklungen, Veränderungen, Möglichkeiten und Grenzen des Digitalen im Ökonomischen zu beleuchten und zu bewerten. Der vorliegende Sammelband vermittelt einen Überblick über ausgewählte Forschungsrichtungen in der deutschsprachigen Wissenschaftslandschaft zum Thema Digitalisierung im Tourismus. Ausgewählt deshalb, weil die vielfältige und heterogene Thematik der Digitalisierung zahlreiche Facetten und Dimensionen aufweist, die eine einzelne Tagung inhaltlich nicht bewältigen kann. Der Band hat das Ziel, durch die Sammlung von Einzelbeiträgen und Best Practice Beispielen, möglichst tragfähige Ansätze zur Weiterentwicklung der tourismusbezogenen Forschung im Bereich der Digitalisierung zusammenzustellen.

Unser ausdrücklicher Dank gilt allen Autoren und Kollegen für ihr Engagement und ihre Bereitschaft, die Beiträge auf das inhaltliche Gesamtkonzept der Jahrestagung zum Thema Digitalisierung im Tourismus abzustimmen.

Die Herausgeber

Prof. Dr. Markus Landvogt
Hochschule Kempten

Prof. Armin A. Brysch
Hochschule Kempten

Prof. Dr. Marco A. Gardini
Hochschule Kempten

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
---------------	---

Kapitel 1: Digitalisierung und seine grundlegenden Auswirkungen auf den Tourismus und das Tourismusmarketing

Markus Landvogt

Technologische Treiber der Digitalisierung und ihre Auswirkungen auf die Digitalisierung im Tourismus	13
---	----

Armin A. Brysch

Tourismus 4.0 – Digitale Herausforderungen für die Reisebranche	35
---	----

Marco A. Gardini

Evolution oder Revolution? – Tourismusmarketing in der digitalen Welt	43
---	----

Kapitel 2: E-Tourismus und M-Tourismus in Wissenschaft und Praxis

Hans Hopfinger

Zur Zukunft des E- und M-Tourismus: Ausgewählte innovative Erkenntnisse aus der Jahrestagung 2015 des Arbeitskreises Tourismusforschung als Keynote zur Einführung	55
--	----

Dirk Schmücker

Online unterwegs: Urlaubsreisen der deutschen E- und M-Touristen	63
--	----

Kapitel 3: Grenzen und Risiken des E-Tourismus und M-Tourismus

Ulrich Bauer

Happy Idiots inside the M-Bubble. Ethische und soziale Implikationen der Abhängigkeit von elektronischen Hilfsmitteln beim Reisen	71
---	----

Julia Eva Peters, Kerstin Röck
Marktversagen im Share Tourism – Evaluation der Potentiale und Grenzen
einer Selbstregulierung 85

Kapitel 4: Nutzung von Sozialen Netzwerken als Informations- und Kommunikationsmittel im Tourismus

Stefan Staub, Sarah Holstein
Trendanalysen in Sozialen Netzwerken: SMENA eine Methode zur
innovativen Produkt- und Marketingplanung 101

Birgit Pikkemaat, Mike Peters, Klemens Tschol
Stellenwert und Nutzung sozialer Netzwerke in einer alpinen
Destination 113

Kapitel 5: Einsatz von Mobilten Technologien im Tourismus

Kerstin Heuwinkel
Vertrauensmanagement im M-Tourismus: Möglichkeiten und Grenzen 131

Thomas Wozniak, Dorothea Schaffner, Yves Senn
Personalisierung versus Privatsphäre – auch im Urlaub ein Paradox?
Empirische Befunde für mobile Anwendungen im Tourismus 145

Rainer Hartmann, Amrei Pfeiffer
Mobiles Marketing im Destinationsmanagement 157

Annika Aebli
Touristische Nutzung Mobiler Dienste zur Information und Kommunikation.
Eine Sommergäste-Befragung in Alpinen Destinationen des Kantons
Graubünden, Schweiz 169

Kapitel 6: Digitalisierung im Rahmen von Gästeführungen

Tim Harms
Die Genese von Erlebnissen im naturorientierten Tourismus und der Einfluss
verschiedener Gästeführungssysteme auf diese 183

Renate Freericks, Barbara Grüter, Ninja Kaupa
 „APP DURCH DIE STADT“ auf digitalen Wegen. Neue Gestaltungskonzepte
 für themenorientierte, inszenierte Gästeführungen 199

Kapitel 7: Gamification im Tourismus

Eric Horster, Edgar Kreilkamp
 Gamification im Tourismus 215

Tobias Lichtenstern, Anita Zehrer, Kirstin Hallmann
 Digitalisierung oder „back to nature“ – Gamification als möglicher Ansatz
 in touristischen Destinationen 231

Autorenverzeichnis 243