

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>V</b>
<b>1 Einführung</b>	<b>1</b>
1.1 Informationsmanagement und IT-Systeme im Tourismus .....	3
1.1.1 IT-Systeme in der touristischen Wertschöpfungskette aus Anwendersicht .....	4
1.1.2 Geschäftsprozesse, IT-Applikationen und Schnittstellen .....	9
1.2 Systemarchitekturen touristischer IT-Applikationen .....	12
1.3 Vorgehensmodell zur Realisierung und Migration touristischer Applikationen .....	18
<b>2 Informationsmanagement bei Leistungsanbietern</b>	<b>25</b>
2.1 Informationsmanagement bei Fluggesellschaften .....	29
<i>Annette Kreczy</i>	
2.1.1 Gesamtprozess und externe Schnittstellen .....	30
2.1.2 Planungs- und Steuerungssysteme .....	31
2.1.3 Passagier Service Systeme (PSS) .....	35
2.1.4 Operative Systeme .....	40
2.1.5 Administrative Systeme .....	45
2.1.6 Ausblick .....	47
2.2 Informationsmanagement bei Flughäfen .....	49
<i>Prof. Dr. Robert Goecke und Marc Lindike</i>	
2.2.1 Akteure, Prozesse und IT-Applikationslandschaft .....	49
2.2.2 Basisinfrastrukturdienste .....	52
2.2.3 Systeme der Passagier- und Gepäckabfertigung .....	58
2.2.4 Systeme zur Planung, Disposition und Administration der Flugzeugabfertigung .....	61
2.3 Informationsmanagement in Hotel- und Gastronomiebetrieben .....	69
<i>Prof. Dr. Robert Goecke</i>	
2.3.1 Kassensysteme .....	71
2.3.2 Warenwirtschaftssysteme .....	74
2.3.3 Hotelmanagement-Systeme .....	77
2.3.4 Hotel-Kommunikationssysteme .....	81
2.3.5 Elektronische Zugangs- und Schließsysteme .....	82
2.3.6 Website als individueller elektronischer Distributionskanal .....	84
2.3.7 Aggregierende computergestützte Distributionssysteme .....	87

2.4	Informationsmanagement bei der Deutschen Bahn .....	97
	<i>Dr. Eberhard Kurz, Jürgen Beuttler</i>	
2.4.1	Historische Entwicklung von ITK im ÖPV .....	97
2.4.2	Überblick über die Landschaft der Informations- und Kommunikationssysteme ..	100
2.4.3	Preis- und Yieldmanagement .....	102
2.4.4	Vertrieb .....	104
2.4.5	Kundenbindungssysteme.....	108
2.4.6	Produktionsplanung und -durchführung .....	108
2.4.7	Zukünftige Entwicklung der ITK-Systeme .....	116
2.5	Informationsmanagement bei Reiseveranstaltern.....	118
	<i>Prof. Dr. Uwe Weithöner und Prof. Dr. Robert Goecke</i>	
2.5.1	Planungssysteme .....	119
2.5.2	Einkaufssysteme, -schnittstellen und Kontingentverwaltung .....	120
2.5.3	Produktionssysteme.....	122
2.5.4	Vertriebs- und Distributionssysteme .....	129
2.5.5	Vertriebssteuerung und Disposition .....	136
2.5.6	Abwicklung und administrative Systeme .....	137
2.5.7	Data-Warehouse und CRM/PRM-Systeme .....	139
2.5.8	Anmerkung zur Systemkonfiguration .....	140
<b>3</b>	<b>Marketingmanagement-Systeme</b>	<b>143</b>
3.1	Yield-Management-Systeme .....	146
	<i>Prof. Dr. Robert Goecke</i>	
3.1.1	Revenue-Management-Systeme von Fluggesellschaften .....	148
3.1.2	Yield-Management-Systeme in der Hotellerie .....	155
3.1.3	Yield-Management-Systeme von Reiseveranstaltern.....	161
3.2	Vertriebskanalmanagement .....	167
	<i>Prof. Dr. Stephan Kull</i>	
3.2.1	Grundlagen des touristischen Vertriebssystems.....	167
3.2.2	Besonderheiten touristischer Vertriebsobjekte .....	168
3.2.3	Vertriebskanäle und Kontaktpunkte .....	170
3.2.4	Multi-Akteur-Vertrieb für touristische Leistungen .....	173
3.2.5	Multi-Kanal-Vertrieb für touristische Leistungen .....	176
3.2.6	Fazit und Ausblick .....	179
3.3	Elektronische Zahlungssysteme .....	183
	<i>Prof. Dr. Robert Goecke</i>	
3.3.1	Elektronische Zahlungssysteme am Point of Sale .....	183
3.3.2	Internet-Bezahlsysteme .....	191
3.4	IT-gestütztes Kundenbeziehungsmanagement .....	197
	<i>Prof. Dr. Ralph Berchtenbreiter</i>	
3.4.1	Charakteristika des CRM und die Basisarchitektur von CRM-Systemen .....	197
3.4.2	Prozesse und Zyklen im CRM.....	201
3.4.3	Multi-Channel-Management .....	205

3.4.4	Operative CRM-Systembestandteile .....	207
3.4.5	Analytische CRM-Systembestandteile.....	212
3.4.6	Schlussbemerkungen.....	216
3.5	Praxisbeispiel: Webbasierte Kundenbindung am Beispiel des Thomas Cook Travelguides .....	220
	<i>Tanja Holtmeier</i>	
3.5.1	Zielsetzungen .....	220
3.5.2	Darstellung des Systems .....	221
3.5.3	Erfahrungen und Weiterentwicklungen.....	223
3.6	E-Learning im Tourismus .....	228
	<i>Ulrike Wilms</i>	
3.6.1	Grundlagen des E-Learning .....	229
3.6.2	Ausgewählte Beispiele von E-Learning im Tourismus.....	234
3.6.3	Ausblick E-Learning im Tourismus .....	242
<b>4</b>	<b>Reisemittler-Systeme</b> .....	<b>245</b>
4.1	Front-, Mid- und Backoffice .....	247
	<i>Prof. Dr. Torsten Kirstges</i>	
4.1.1	Frontoffice.....	248
4.1.2	Midoffice.....	250
4.1.3	Backoffice .....	252
4.1.4	Überblick IT-Systeme .....	253
4.1.5	Konkurrenzsituation auf dem IT-Markt .....	255
4.1.6	Kriterien zur Beurteilung von GDS .....	257
4.1.7	Zusammenfassung & Ausblick .....	262
4.2	Globale Distributionssysteme .....	264
	<i>Prof. Dr. Axel Schulz</i>	
4.2.1	Entwicklungslinien.....	265
4.2.2	Entwicklungen in Europa.....	270
4.2.3	Grundfunktionen & Gesamtmodell.....	273
4.2.4	Überblick Systembetreiber.....	276
4.2.5	Kosten- und Vergütungsmodelle.....	284
4.2.6	Ausblick .....	286
4.3	Fallbeispiel Amadeus.....	290
	<i>Wilfried Kropp</i>	
4.3.1	Amadeus-Lösungen für Reisemittler .....	292
4.3.2	Amadeus-Lösungen für Fluggesellschaften .....	302
4.3.3	Amadeus-Lösungen für Bahngesellschaften .....	305
4.3.4	Amadeus-Lösungen für Hotels.....	306
4.3.5	Amadeus-Lösungen für Reiseveranstalter.....	307
4.3.6	Ausblick .....	308

4.4	Geschäftsreise-Management und IT-Systeme .....	310
	<i>Saskia Kwoka</i>	
4.4.1	Grundlagen im Geschäftsreise-Management.....	310
4.4.2	Prozessanalyse.....	312
4.4.3	IT-Systeme im Geschäftsreiseprozess .....	317
4.4.4	Ausblick .....	329
4.5	Fallbeispiel Flugbuchung mit Amadeus.....	332
	<i>Prof. Dr. Axel Schulz, Saskia Kwoka</i>	
4.5.1	Flugbuchung im Command Page Modus .....	332
4.5.2	Flugbuchung mit der Selling-Plattform .....	349
4.6	Fallbeispiel Beratungssysteme und Pauschalreisebuchung im Reisebüro.....	358
	<i>Prof. Dr. Uwe Weithöner</i>	
4.6.1	Reisewünsche des Kunden .....	359
4.6.2	Kundenberatung auf Basis elektronischer Beratungssysteme (Prozess A).....	360
4.6.3	Folgende Prozessstufen .....	366
4.6.4	Traditionelle Vermittlung auf Basis gedruckter Kataloge (Prozess B) .....	366
<b>5</b>	<b>Systeme für Endkunden</b>	<b>369</b>
5.1	Überblick Web-Tourismus – Trends und Fakten .....	371
	<i>Dr. Dominik Rossmann</i>	
5.1.1	Unternehmerischer Nutzen anbieterorientierter Marktforschung.....	372
5.1.2	Fragenkatalog und Befragte .....	373
5.1.3	Zentrale Fragestellungen .....	374
5.1.4	Aufbau des Fragebogens .....	374
5.1.5	Zentrale Ergebnisse zum touristischen Online-Marktpotenzial.....	375
5.1.6	Touristische Online-Trends und Entwicklungen.....	382
5.1.7	Touristischer E-Commerce.....	383
5.2	Grundlagen zum Electronic Business und Online-Marketing .....	386
	<i>Prof. Dr. Uwe Weithöner</i>	
5.2.1	Informationstechnologische Grundlagen zum E-Business und Online-Marketing	387
5.2.2	Spezielle Voraussetzungen zum Electronic Commerce .....	392
5.2.3	Virtueller Reisevertrieb auf der Basis von Internet Booking Engines und touristischen Suchmaschinen.....	400
5.2.4	Online-Werbung und elektronisches Beziehungsmanagement .....	404
5.2.5	Web-Erfolgsanalyse .....	411
5.3	Destinationsmanagement-Systeme und Portale.....	416
	<i>Prof. Dr. Uwe Weithöner</i>	
5.3.1	Grundlagen des Informationsmanagements touristischer Destinationen.....	416
5.3.2	Destinationsmanagement-System (DMS) als informationstechnologische Basis .....	421
5.3.3	Systemtechnische Voraussetzungen und rechte-basierte, destinationsweite Nutzung eines DMS .....	424
5.3.4	DMS-Integration bei heterogenen Strukturen .....	426

5.3.5	Standardisierung als Voraussetzung eines IT-basierten Destinationsmanagements.....	427
5.4	Web 2.0 und soziale Netzwerke im Tourismus..... <i>Prof. Dr. Roland Conrady</i>	429
5.4.1	Begriffsbestimmungen Web 2.0 und soziale Netzwerke .....	430
5.4.2	Anwendungen des Web 2.0.....	431
5.4.3	Relevanz von Web 2.0 und sozialen Netzwerken für die Tourismusbranche .....	436
5.4.4	Fazit.....	438
5.5	Kundenbewertungen im Tourismusmarketing .....	440
	<i>Dr. Axel Jockwer</i>	
5.5.1	Problematiken der heutigen Urlaubsplanung .....	440
5.5.2	Konsumentenbewertungen als neue Konstante .....	441
5.5.3	Aufstieg der Bewertungsportale.....	443
5.5.4	Kundenbewertungen werden meinungsbildend .....	444
5.5.5	Portale unter Kritik und die Chancen der Hotellerie .....	448
5.5.6	Fazit.....	450
5.6	Geoinformationssysteme im Tourismus.....	452
	<i>Barbara Lubos</i>	
5.6.1	Technologien für Geoinformationen .....	452
5.6.2	Web-Kartendienste.....	457
5.6.3	Anwendungsbereiche im Tourismus .....	460
5.6.4	Weitere Entwicklungstrends .....	467
5.7	M-Commerce und Zukunftsperspektiven.....	470
	<i>Prof. Dr. Roman Egger</i>	
5.7.1	Die mobile Informationsgesellschaft .....	470
5.7.2	Mobile Technologien .....	471
5.7.3	M-Commerce .....	476
5.7.4	Mobile Dienste im Tourismus.....	477
5.7.5	Die Zukunft des M-Commerce – Herausforderungen für den Tourismus.....	479
	<b>Personenverzeichnis</b>	<b>483</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>491</b>