

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage	V
Vorwort zur ersten Auflage	VI
1 Einführung	1
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	13
1.3 Vorgehensmodell zur Realisierung und Migration touristischer Applikationen.....	25
2 Systeme für Endkunden	31
2.1 Internetökonomie und eTourismus – Net Economy and eTourism	34
<i>Armin A. Brysch</i>	
2.1.1 Einführung in die Internetökonomie aus mikroökonomischer Sichtweise.....	34
2.1.2 Ausgewählte Einflussfaktoren auf die Internetökonomie	37
2.1.3 Zentrale Determinanten des eTourismus als Teil der Internetökonomie	42
2.2 eTourismus – Daten und Fakten	52
<i>Christian Maurer</i>	
2.2.1 Trends im Online Reisemarkt	52
2.2.2 Neue Kräfteverhältnisse bestimmen das eTourismus System.....	54
2.2.3 Der Wettbewerb der Portale.....	56
2.2.4 Direktvertrieb durch die Leistungsanbieter.....	58
2.2.5 Der global vernetzte Homo Mobilis.....	59
2.2.6 Die Omnipräsenz von Google.....	61
2.3 eMarketing und eCommerce – Internet-Basis, Voraussetzungen und Potentiale	65
<i>Uwe Weithöner</i>	
2.3.1 Internet-Technologie als Basis des Online-Marketing.....	66
2.3.2 WorldWideWeb als integrierender Internet-Dienst	69
2.3.3 Mobile Dienste: Mobile App(likationen) und mobiles Web.....	73
2.3.4 Spezielle Voraussetzungen zum eCommerce	74
2.3.5 Ausgewählte Elemente des Online-Marketing.....	82

2.4	Die Customer Journey im digitalen Tourismusmarketing	94
	<i>Eric Horster</i>	
2.4.1	Einleitung	94
2.4.2	Struktur der Reiseentscheidung im Internet.....	95
2.4.3	Prozess der Reiseentscheidung im Internet.....	97
2.4.4	Wahrnehmungsebene des Reiseentscheidungsprozesses.....	98
2.4.5	Die Kundenperspektive des Reiseentscheidungsprozesses.....	99
2.4.6	Werbewirkungsprozess der Reiseentscheidung	101
2.4.7	Die Customer Journey	102
2.5	Anwenderzentriertes Webdesign im Tourismus.....	117
	<i>Eric Horster</i>	
2.5.1	Einleitung	117
2.5.2	Elemente der User Experience.....	118
2.6	Geoinformationen im touristischen Umfeld	124
	<i>Thomas Brinkhoff</i>	
2.6.1	Geoinformation.....	124
2.6.2	IT-Systeme für Geoinformationen.....	130
2.6.3	Anwendungsbeispiele	135
2.7	Das Web 2.0 im Tourismus	141
	<i>Thomas Hinterholzer, Roman Egger</i>	
2.7.1	Social Web, Social Media und Social Software	143
2.7.2	User Generated Content: Die Partizipation des Einzelnen im Social Web. Eine Nutzerbetrachtung.	145
2.7.3	Virtual Community vs. Social Network: Zwei differente Arten von Internet- Gemeinschaften	149
2.7.4	Rolle von OSN und Travel Communities bei der Urlaubsplanung und -buchung.....	153
2.7.5	Theoretische Auseinandersetzungen mit dem Social Web im Tourismus.....	154
2.7.6	Kritik am Social Web und dessen Begrifflichkeiten.....	159
2.7.7	Idealtypischer Einsatz von Social Software in der Kommunikation eines Beherbergungsbetriebes.....	161
2.8	mTourism	166
	<i>Roman Egger, Eric Horster</i>	
2.8.1	Die mobile Informationsgesellschaft	166
2.8.2	Mobile Technologien.....	167
2.8.3	Mobile Dienste im Tourismus	176
2.8.4	Die Zukunft des mTourismus	180
2.9	Rechtliche Aspekte des eTourismus	184
	<i>Markus Kroner</i>	
2.9.1	Die Rechtslage in Deutschland und Österreich	184
2.9.2	Das Rechtsgeschäft.....	184
2.9.3	Das Rechtsgeschäft im Internet	185
2.9.4	Verträge mit Online Vertriebsplattformen.....	187

2.9.5	Immaterialgüterrechte	188
2.9.6	Die Domain	190
2.9.7	Kennzeichenkollisionen	190
2.9.8	Haftung der Domainvergabeinstelle?	191
2.9.9	Domain-Grabbing	191
2.9.10	Keyword-Advertising	191
2.9.11	Urheberrecht	192
2.9.12	Hyperlinks	195
2.9.13	Der Internet-Service-Provider	196
2.9.14	Der Access-Provider	196
2.9.15	Der Host-Provider	197
2.9.16	Impressums- und zusätzliche Informationspflichten	199
2.9.17	Werbung mit eMail	200
2.9.18	Social Media	202
3	Reisemittler-Systeme	203
3.1	Front-, Mid- und Back-Office	206
	<i>Uwe Weithöner, Mareke Tetz</i>	
3.1.1	Front-Office	208
3.1.2	Mid-Office	208
3.1.3	Back-Office	210
3.1.4	Systeme der Reisemittler	210
3.2	Globale Distributionssysteme	213
	<i>Axel Schulz</i>	
3.2.1	Entwicklungslinien	214
3.2.2	Entwicklungen in Europa	219
3.2.3	Grundfunktionen & Gesamtmodell	222
3.2.4	Überblick Systembetreiber	225
3.2.5	Kosten- und Vergütungsmodelle	233
3.2.6	Ausblick	235
3.3	Flugbuchung mit Amadeus	240
	<i>Axel Schulz, Saskia Kwoka</i>	
3.3.1	Flugbuchung mit der Selling Plattform	240
3.3.2	Flugbuchung im Command Page Modus	249
3.4	Praxisbeispiel Beratungssysteme und Pauschalreisebuchung im Reisebüro	265
	<i>Uwe Weithöner, Mareke Tetz</i>	
3.4.1	Kundenberatung auf Basis eines Beratungs- und Angebotsvergleichssystems (Prozess A)	267
3.4.2	Traditionelle Vermittlung auf Basis gedruckter Kataloge (Prozess B)	274
3.4.3	Folgende Prozessstufen	277
3.5	Geschäftsreisemanagement und IT-Systeme	278
	<i>Klaus Fischer</i>	
3.5.1	Grundlegende Begriffe	279

3.5.2	Externe Dienste	285
3.5.3	Reisemanagement-System im engeren Sinne	292
3.5.4	Benutzerschnittstelle (User Interface)	298
3.5.5	Ausblick.....	299
3.6	Destinationsmanagement-Systeme und Portale	301
	<i>Uwe Weithöner, Carolin Raab</i>	
3.6.1	Grundlagen zum Marketing- und Informationsmanagement touristischer Destinationen	301
3.6.2	Destinationsmanagement-System (DMS) als informations-technologische Basis	305
3.6.3	Systemtechnische Voraussetzungen und rechte-basierte, destinationsweite Nutzung eines DMS	309
3.6.4	DMS-Suchmaschine bei heterogen strukturierten Destinationen	311
3.6.5	Standardisierung als Voraussetzung eines IT-basierten Destinationsmanagements	312
3.7	Web-Portale und Internet Booking Engines	314
	<i>Uwe Weithöner</i>	
3.7.1	Web-Portale.....	314
3.7.2	Internet Booking Engines, insbesondere Touristik	316
3.7.3	Touristische Suchmaschinen	322
4	Informationsmanagement bei Leistungsanbietern	325
4.1	Informationsmanagement bei Fluggesellschaften.....	329
	<i>Annette Kreczy</i>	
4.1.1	Gesamtprozess und externe Schnittstellen.....	330
4.1.2	Planungs- und Steuerungssysteme.....	331
4.1.3	Passagier Service Systeme (PSS)	335
4.1.4	Operative Systeme.....	341
4.1.5	Administrative Systeme.....	346
4.1.6	Ausblick.....	348
4.2	Informationsmanagement bei Flughäfen	350
	<i>Robert Goecke, Marc Lindike</i>	
4.2.1	Akteure, Prozesse und IT-Applikationslandschaft	350
4.2.2	Basisinfrastrukturdienste	353
4.2.3	Systeme der Passagier- und Gepäckabfertigung.....	359
4.2.4	Systeme zur Planung, Disposition und Administration der Flugzeugabfertigung.....	363
4.3	Informationsmanagement in Hotel- und Gastronomiebetrieben.....	371
	<i>Robert Goecke</i>	
4.3.1	Kassensysteme.....	373
4.3.2	Warenwirtschafts- und Einkaufsplattformen	376
4.3.3	Hotelmanagement-Systeme	379
4.3.4	Hotel-Kommunikationssysteme	384

4.3.5	Elektronische Zugangs- und Schließsysteme.....	385
4.3.6	Website als individueller elektronischer Distributionskanal.....	387
4.3.7	Aggregierende computergestützte Distributionssysteme	391
4.3.8	Systeme für Administration und Controlling.....	401
4.4	Informationsmanagement bei der Bahn	406
	<i>Eberhard Kurz, Jürgen Beuttler</i>	
4.4.1	Historische Entwicklung von ITK im ÖPV	406
4.4.2	Überblick über die Landschaft der Informations- und Kommunikationssysteme.....	409
4.4.3	Preis- und Yieldmanagement.....	411
4.4.4	Vertrieb.....	413
4.4.5	Kundenbindungssysteme	417
4.4.6	Produktionsplanung und -durchführung	417
4.4.7	Zukünftige Entwicklung der ITK-Systeme.....	426
4.5	Informationsmanagement bei Autovermietern	427
	<i>Robert Goecke</i>	
4.5.1	Kernprozesse der Autovermietung.....	427
4.5.2	IT-Applikationen bei Autovermietern	430
4.5.3	Car Sharing	434
4.5.4	Zukunftsperspektiven – neue Mobilitätskonzepte	440
4.6	IT-Systeme und Prozesse bei Reiseveranstaltern.....	442
	<i>Robert Goecke, Uwe Weithöner</i>	
4.6.1	Planungssysteme.....	443
4.6.2	Einkaufssysteme, -schnittstellen und Kontingentverwaltung	444
4.6.3	Produktionssysteme	446
4.6.4	Vertriebs- und Distributionssysteme.....	456
4.6.5	Vertriebssteuerung und Disposition.....	467
4.6.6	Abwicklung und administrative Systeme	468
4.6.7	Data-Warehouse und CRM/PRM-Systeme	470
4.6.8	Anmerkung zur Systemkonfiguration.....	471
5	Marketingmanagement-Systeme	473
5.1	Revenue-Management-Systeme	475
	<i>Robert Goecke</i>	
5.1.1	Revenue-Management-Systeme von Fluggesellschaften.....	477
5.1.2	Revenue-Management-Systeme in der Hotellerie.....	484
5.1.3	Revenue-Management-Systeme von Autovermietern	490
5.1.4	Revenue-Management-Systeme von Reiseveranstaltern	493
5.2	Vertriebskanalmanagement.....	500
	<i>Stephan Kull</i>	
5.2.1	Grundlagen des touristischen Vertriebssystems	500
5.2.2	Besonderheiten touristischer Vertriebsobjekte	501
5.2.3	Vertriebskanäle und Kontaktpunkte.....	503

5.2.4	Multi-Akteur-Vertrieb für touristische Leistungen.....	506
5.2.5	Multi-Kanal-Vertrieb für touristische Leistungen	509
5.2.6	Fazit und Ausblick.....	512
5.3	Elektronische Zahlungs- und Kartensysteme.....	516
	<i>Robert Goecke</i>	
5.3.1	Elektronische Zahlungs- & Kartensysteme am Point of Sale	516
5.3.2	Elektronische Systeme zur Zahlung im Internet.....	528
5.4	IT-gestütztes Kundenbeziehungsmanagement.....	536
	<i>Ralph Berchtenbreiter</i>	
5.4.1	Charakteristika des CRM und die Basisarchitektur von CRM-Systemen.....	536
5.4.2	Prozesse und Zyklen im CRM	541
5.4.3	Multi-Channel-Management.....	545
5.4.4	Operative CRM-Systembestandteile.....	546
5.4.5	Analytische CRM-Systembestandteile	551
Personenverzeichnis		563
Stichwortverzeichnis		573