

# Inhaltsverzeichnis

**Vorwort 3. Auflage — V**

**Vorwort 2. Auflage — VII**

**Vorwort 1. Auflage — IX**

## **1 Technologien und Informationsmanagement im Digitalen Tourismus — 1**

Robert Goecke, Eberhard Kurz

- 1.1 Informationsmanagement und IT-Systeme im Tourismus — 5**
  - 1.1.1 IT-Systeme in der touristischen Wertschöpfungskette aus Anwendersicht — 6**
  - 1.1.2 Geschäftsprozesse, IT-Applikationen und Schnittstellen — 12**
- 1.2 Systemarchitekturen touristischer IT-Applikationen — 17**
  - 1.2.1 IT-Basiskomponenten — 17**
  - 1.2.2 Basisarchitekturen touristischer IT-Anwendungen — 20**
  - 1.2.3 Cloud- und Peer-to-Peer-Computing — 35**
  - 1.2.4 Big Data und Künstliche Intelligenz — 46**
  - 1.2.5 Quantencomputing — 56**
  - 1.2.6 Cyber-Sicherheit — 62**
- 1.3 IT- und Projektmanagement im Tourismus — 65**
  - 1.3.1 Vorgehensmodell zur Realisierung und Migration touristischer Applikationen — 65**
  - 1.3.2 Agiles Projektmanagement und Design Thinking — 70**
- 1.4 Digitale Transformation und Nachhaltigkeit — 76**
  - 1.4.1 Digitalisierung der Tourismus-Wertschöpfungskette — 76**
  - 1.4.2 Nachhaltiger Tourismus und Digitalisierung — 78**

## **2 Kundenorientierung, digitale Medien und Services — 95**

Uwe Weithöner

- 2.1 Internetökonomie und digitaler Tourismus — 99**

Armin A. Brysch

  - 2.1.1 Einführung in die Internetökonomie aus mikroökonomischer Sichtweise — 99**
  - 2.1.2 Ausgewählte Einflussfaktoren auf die Internetökonomie — 105**
  - 2.1.3 Zentrale Determinanten des digitalen Tourismus — 112**
- 2.2 Grundlagen der Internettechnologie als Voraussetzungen für E-Commerce und Online-Reisevertrieb — 125**

Uwe Weithöner

- 2.2.1 Internettechnologie als Basis des Online-Marketing — **126**
- 2.2.2 World Wide Web als integrierender Internetdienst — **129**
- 2.2.3 Mobiles Web und mobile Applikationen — **133**
- 2.2.4 Spezielle Voraussetzungen zum E-Commerce — **135**
- 2.2.5 Ausgewählte Elemente des Online-Marketing — **143**
- 2.3 Geoinformationen im touristischen Umfeld — **155**  
Thomas Brinkhoff
  - 2.3.1 Geoinformation — **155**
  - 2.3.2 IT-Systeme für Geoinformationen — **161**
  - 2.3.3 Anwendungsbeispiele — **167**
- 2.4 Die Customer Journey im digitalen Tourismusmarketing — **173**  
Eric Horster
  - 2.4.1 Entscheidungsprozesse im digitalen Tourismusmarketing — **174**
  - 2.4.2 Wahrnehmungsebene des Reiseentscheidungsprozesses — **174**
  - 2.4.3 Die Kundenperspektive des Reiseentscheidungsprozesses — **175**
  - 2.4.4 Werbewirkungsprozesse — **177**
  - 2.4.5 Synopse der Wirkungsebenen — **178**
  - 2.4.6 Die Customer Journey — **179**
  - 2.4.7 Exkurs: Customer Journey Mapping — **184**
  - 2.4.8 Struktur des digitalen Tourismusmarketings — **185**
- 2.5 Suchmaschinenmarketing im Tourismus — **190**  
Eric Horster
  - 2.5.1 Relevanz des Suchmaschinenmarketings im Tourismus — **190**
  - 2.5.2 Aufbau der Suchmaschinenarchitektur — **193**
  - 2.5.3 Voraussetzungen für ein effektives Suchmaschinenmarketing — **195**
  - 2.5.4 Suchmaschinenoptimierung — **197**
  - 2.5.5 Suchmaschinenwerbung — **203**
- 2.6 Social-Media-Marketing und -Management — **211**  
Janina Freimann, Uwe Weithöner
  - 2.6.1 Ursprung und Abgrenzung von Social Media — **211**
  - 2.6.2 Funktionen und Nutzungsbereiche von Social Media — **213**
  - 2.6.3 Erscheinungsformen von Social Media — **218**
  - 2.6.4 Anwendungsfelder des Social-Media-Marketing — **224**
  - 2.6.5 Social Media im touristischen Kontext — **228**
  - 2.6.6 Erfolgsanalyse von Social-Media-Aktivitäten (Measurement und Monitoring) — **231**

- 2.7 **Augmented Reality und Virtual Reality im Tourismus — 238**  
Armin A. Brysch
  - 2.7.1 **Extended Reality als Grundlage für neue Erlebnisse im Tourismus — 238**
  - 2.7.2 **Augmented Reality (AR) im Tourismus — 243**
  - 2.7.3 **Virtual Reality (VR) im Tourismus — 246**
- 2.8 **Smart Destinations — 251**  
Eric Horster, Constantin Foltin  
unter Mitarbeit von Kristine Honig, Florian Bauhuber und Elias Kärle
  - 2.8.1 **Smartness im Rahmen des Destinationsmanagements — 251**
  - 2.8.2 **Elemente von Smart Destination — 252**
  - 2.8.3 **Festivals als Smart Destinations — 256**
  - 2.8.4 **Freizeitparks als Smart Destinations — 258**
  - 2.8.5 **Kreuzfahrtschiffe als Smart Destinations — 260**
  - 2.8.6 **Skigebiete als Smart Destinations — 263**
  - 2.8.7 **Smart Destination am Beispiel einer digitalen Gästekarte — 264**
- 2.9 **Digitale Plattformen – Strategische Bedeutung, Aufbau und IT-Architekturen — 270**  
Eberhard Kurz
  - 2.9.1 **Grundlagen und Charakteristiken von Plattformen — 270**
  - 2.9.2 **Systematisierung von Plattformen — 278**
  - 2.9.3 **Aufbau und IT-Architektur von Digitalen Plattformen — 281**
  - 2.9.4 **Anwendungsbeispiel von Digitalen Plattformen — 283**
  - 2.9.5 **Zusammenfassung und Ausblick — 283**
- 3 Reisemittlersysteme — 287**  
Uwe Weithöner
  - 3.1 **Front-, Mid- und Backoffice der Reisevermittlung — 290**  
Uwe Weithöner
    - 3.1.1 **Reisemittler als Frontend touristischer Leistungs- und Distributionsprozesse — 291**
    - 3.1.2 **Prozesse und Funktionen der Reisemittler und ihre IT-Systemunterstützung — 293**
    - 3.1.3 **IT-Systemkonzepte und Elemente — 295**
  - 3.2 **Globale Distributionssysteme (GDS) — 300**  
Axel Schulz
    - 3.2.1 **Grundfunktionen & Gesamtmodell — 300**
    - 3.2.2 **Entwicklungslinien — 302**
    - 3.2.3 **Überblick Systemanbieter — 305**
    - 3.2.4 **Kosten- und Vergütungsmodelle — 308**
    - 3.2.5 **Alternative Distributionswege — 310**
    - 3.2.6 **Neue Datenstandards — 313**

**3.3 Geschäftsreisemanagement und IT-Systeme — 317**

Axel Schulz

3.3.1 Grundlagen — **318**

3.3.2 Geschäftsreiseprozess — **328**

3.3.3 IT-Systeme — **332**

**3.4 Portale und Booking Engines, insbesondere zur Vermittlung von  
Urlaubsreisen — 337**

Uwe Weithöner

3.4.1 Digitale Portale zur Reisevermittlung — **337**

3.4.2 Booking Engines – zentrale Angebotsaggregation versus  
verteilte Direktschnittstellen — **339**

3.4.3 Systeme der stationären Reisebüros und Reiseberatung — **344**

3.4.4 Folgende Prozesse — **348**

3.4.5 Touristische Suchportale — **348**

**3.5 Destinationsmanagementsysteme und Portale — 351**

Uwe Weithöner

3.5.1 Grundlagen zum Marketing- und Informationsmanagement  
touristischer Destinationen — **351**

3.5.2 IT-basierte Destinationsmanagementsysteme — **354**

3.5.3 Verteilte Nutzung eines  
Destinationsmanagementsystems — **357**

3.5.4 Standardisierung als Voraussetzung eines IT-basierten  
Destinationsmanagements — **362**

**4 Leistungsanbietersysteme — 365**

Eberhard Kurz

**4.1 Informationsmanagement im Luftverkehr — 369**

Annette Kreczy

4.1.1 Gesamtprozess und externe Schnittstellen — **370**

4.1.2 Planungs- und Steuerungssysteme — **372**

4.1.3 Passagier-Service-Systeme (PSS) — **376**

4.1.4 Operative Systeme — **382**

4.1.5 Administrative Systeme — **387**

4.1.6 Ausblick — **390**

**4.2 Informationsmanagement bei Flughäfen — 393**

Robert Goecke, Marc Lindike

4.2.1 Akteure, Prozesse und IT-Applikationslandschaft — **394**

4.2.2 Basisinfrastrukturdienste — **397**

4.2.3 Systeme der Passagier- und Gepäckabfertigung — **406**

4.2.4 Systeme zur Planung, Disposition und Administration der  
Flugzeugabfertigung — **413**

4.2.5 Airport & Cyber Security — **420**

- 4.3 Informationsmanagement in Hotel- und Gastronomiebetrieben — 425**  
Robert Goecke
  - 4.3.1 Kassensysteme — 430**
  - 4.3.2 Warenwirtschaftssysteme und Einkaufsplattformen — 434**
  - 4.3.3 Hotelmanagement-Systeme — 438**
  - 4.3.4 Hotel-Kommunikations-/Medien- und Entertainmentsysteme — 445**
  - 4.3.5 Elektronische Zugangssysteme, Smart Rooms und IoT — 447**
  - 4.3.6 Hotel-Webauftritt & Hotel-/Gäste-Apps — 450**
  - 4.3.7 Aggregierende computergestützte Distributionssysteme — 457**
  - 4.3.8 Systeme für Personal, Administration und Controlling — 470**
- 4.4 Informationsmanagement bei der Bahn — 477**  
Bernd Rattey
  - 4.4.1 Customer Journey — 477**
  - 4.4.2 Geschäftsfähigkeiten und Domänenmodell — 478**
  - 4.4.3 Prozesse und IT-Systeme der Domäne Angebot — 480**
  - 4.4.4 Prozesse und IT-Systeme der Domäne Kunde — 484**
  - 4.4.5 Prozesse und IT-Systeme der Domäne Ressourcen — 490**
  - 4.4.6 Prozesse und IT-Systeme der Domäne Leistung — 495**
  - 4.4.7 Prozesse und IT-Systeme der Domäne Querschnitt — 496**
  - 4.4.8 IT-Fundament — 496**
  - 4.4.9 Rolle der IT — 500**
  - 4.4.10 Mobilität der Zukunft — 502**
- 4.5 Informationsmanagement bei Autovermietern und Mobilitätsanbietern — 505**  
Robert Goecke, Eberhard Kurz
  - 4.5.1 Kernprozesse der Autovermietung — 505**
  - 4.5.2 IT-Applikationen bei Autovermietern — 509**
  - 4.5.3 Carsharing — 514**
  - 4.5.4 Neue Mobilitätsdienste — 521**
  - 4.5.5 Mobilitätsmanagement, MaaS und autonomes Fahren — 524**
- 4.6 IT-Systeme und Prozesse bei Reiseveranstaltern — 536**  
Robert Goecke, Uwe Weithöner
  - 4.6.1 Planungssysteme — 537**
  - 4.6.2 Einkaufssysteme, -schnittstellen und Kontingentverwaltung — 539**
  - 4.6.3 Produktionssysteme — 542**
  - 4.6.4 Vertriebs- und Distributionssysteme — 557**
  - 4.6.5 Vertriebssteuerung, Disposition und Digitales Marketing — 568**
  - 4.6.6 Abwicklung und administrative Systeme — 573**
  - 4.6.7 CRM/PRM-Systeme, Data Warehouse und Datenschutz — 576**

- 4.6.8 Hybride Systemkonfigurationen und Geschäftsmodelle — **578**
- 4.7 IT-Systeme bei Veranstaltungen, Kongressen und Tagungen — **581**  
Nico Stengel
  - 4.7.1 Einführung — **581**
  - 4.7.2 Überblick zur Veranstaltungsbranche — **583**
  - 4.7.3 Veranstaltungen als Projekte — **585**
  - 4.7.4 Software bei Veranstaltungen — **586**
  - 4.7.5 Spezifische Anforderungen an die Software bei  
Veranstaltungen — **587**
  - 4.7.6 IT-Geschäftsprozesse bei Veranstaltungen — **590**

## **5 Marketingsysteme und Recht — 593**

Robert Goecke

- 5.1 Revenue-Management-Systeme — **595**  
Robert Goecke
  - 5.1.1 Revenue-Management-Systeme von Fluggesellschaften,  
Bahn und Bus — **597**
  - 5.1.2 Revenue-Management-Systeme im Hospitality-Bereich — **614**
  - 5.1.3 Revenue-Management-Systeme von Autovermietern und im  
Car Sharing — **630**
  - 5.1.4 Revenue-Management-Systeme von Reise- und  
Kreuzfahrtveranstaltern — **634**
- 5.2 Vertriebskanalmanagement — **654**  
Stephan Kull
  - 5.2.1 Grundlagen des touristischen Vertriebssystems — **654**
  - 5.2.2 Besonderheiten touristischer Vertriebsobjekte — **655**
  - 5.2.3 Vertriebskanäle und Kontaktpunkte — **657**
  - 5.2.4 Die Vielfalt der Vertriebs-Akteure — **660**
  - 5.2.5 Die Vielfalt der Vertriebskanäle und Kontaktpunkte — **664**
  - 5.2.6 Fazit und Ausblick — **671**
- 5.3 Digitale Zahlungs- und Kartensysteme — **674**  
Robert Goecke
  - 5.3.1 Digitale Zahlungs- und Kartensysteme am Point  
of Sale — **675**
  - 5.3.2 Digitale Zahlungen im Internet E-&M-Commerce — **692**
  - 5.3.3 Alternatives Geld, Kryptowährungen und Smart  
Contracts — **704**
- 5.4 IT-gestütztes Kundenbeziehungsmanagement — **718**  
Ralph Berchtenbreiter, Andreas Humpe
  - 5.4.1 Charakteristika des CRM und die Basisarchitektur von  
CRM-Systemen — **718**
  - 5.4.2 Prozesse und Zyklen im CRM — **724**

5.4.3	Multi-Channel-Management	728
5.4.4	Operative CRM-Systembestandteile	730
5.4.5	Analytische CRM-Systembestandteile	735
5.5	Rechtliche Aspekte des Digitalen Tourismus	748
	Charlotte Achilles-Pujol	
5.5.1	Relevante Fragestellungen und rechtlicher Rahmen	748
5.5.2	Online-Buchungen und Vertragsschluss im elektronischen Geschäftsverkehr; Verbraucherschutz	749
5.5.3	Internationaler Gerichtsstand und anwendbares Recht bei Verträgen über Reisevermittlung und Reiseleistungen	751
5.5.4	Pauschalreisen und verbundene Reiseleistungen	753
5.5.5	Online-Reisevermittler	756
5.5.6	Direktvertrieb von Einzelreiseleistungen	763
5.5.7	Digitalisierung bei Vertragsdurchführung und Rechtsdurchsetzung: Smart Contracts, Legal Tech und Claims Management	765
5.5.8	Umgang mit Kundendaten	766
5.5.9	Analyse von Kunden- und Nutzerdaten; Online-Marketing	771
5.5.10	Ausblick	774

**Abbildungsverzeichnis — 779**

**Tabellenverzeichnis — 789**

**Personenverzeichnis — 791**

**Stichwortverzeichnis — 797**