

# 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	<b>Reisemittlersysteme — 287</b>
	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

<b>3.3</b>	<b>Geschäftsreisemanagement und IT-Systeme — 317</b>
Axel Schulz	
3.3.1	<b>Grundlagen — 318</b>
3.3.2	<b>Geschäftsreiseprozess — 328</b>
3.3.3	<b>IT-Systeme — 332</b>
<b>3.4</b>	<b>Portale und Booking Engines, insbesondere zur Vermittlung von Urlaubsreisen — 337</b>
Uwe Weithöner	
3.4.1	<b>Digitale Portale zur Reisevermittlung — 337</b>
3.4.2	<b>Booking Engines – zentrale Angebotsaggregation versus verteilte Direktschnittstellen — 339</b>
3.4.3	<b>Systeme der stationären Reisebüros und Reiseberatung — 344</b>
3.4.4	<b>Folgende Prozesse — 348</b>
3.4.5	<b>Touristische Suchportale — 348</b>
<b>3.5</b>	<b>Destinationsmanagementsysteme und Portale — 351</b>
Uwe Weithöner	
3.5.1	<b>Grundlagen zum Marketing- und Informationsmanagement touristischer Destinationen — 351</b>
3.5.2	<b>IT-basierte Destinationsmanagementsysteme — 354</b>
3.5.3	<b>Verteilte Nutzung eines Destinationsmanagementsystems — 357</b>
3.5.4	<b>Standardisierung als Voraussetzung eines IT-basierten Destinationsmanagements — 362</b>
<b>4</b>	<b>Leistungsanbietersysteme — 365</b>
Eberhard Kurz	
<b>4.1</b>	<b>Informationsmanagement im Luftverkehr — 369</b>
Annette Kreczy	
4.1.1	<b>Gesamtprozess und externe Schnittstellen — 370</b>
4.1.2	<b>Planungs- und Steuerungssysteme — 372</b>
4.1.3	<b>Passagier-Service-Systeme (PSS) — 376</b>
4.1.4	<b>Operative Systeme — 382</b>
4.1.5	<b>Administrative Systeme — 387</b>
4.1.6	<b>Ausblick — 390</b>
<b>4.2</b>	<b>Informationsmanagement bei Flughäfen — 393</b>
Robert Goecke, Marc Lindike	
4.2.1	<b>Akteure, Prozesse und IT-Applikationslandschaft — 394</b>
4.2.2	<b>Basisinfrastrukturdienste — 397</b>
4.2.3	<b>Systeme der Passagier- und Gepäckabfertigung — 406</b>
4.2.4	<b>Systeme zur Planung, Disposition und Administration der Flugzeugabfertigung — 413</b>
4.2.5	<b>Airport &amp; Cyber Security — 420</b>

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
<b>5</b>	<b>Marketingsysteme und Recht</b>	— 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**