

PUBLIKATIONSKONZEPT

mTourism: Mobile Dienste im Tourismus

Technologien – Einsatzfelder - Strategien

Herausgeber: Roman Egger & Mario Jooss

Fachhochschule Salzburg Forschungsgesellschaft mbH – Abteilung für Tourismusforschung

Ausgangslage:

Unbestritten ist die Tatsache, dass Gesellschaft und Wirtschaft heute von vier Trends geprägt werden, die miteinander verflochten sind: Globalisierung, Kommunikation, Mobilität und Virtualität. Diese Entwicklungen haben zur Informationsgesellschaft geführt, die auf der Grundlage moderner Informations- und Kommunikationstechnologien das ökonomische und gesellschaftliche Leben umgestaltet. (Gora, Röttger-Gerigk 2001) Parallel zur Entwicklung, Kommerzialisierung und Professionalisierung des Internet hat sich in den letzten fünfzehn Jahren die Mobilkommunikation etabliert. Sie entwickelte sich innerhalb kurzer Zeit zu einem unverzichtbaren Bestandteil des beruflichen und privaten Alltags und hielt dabei auch Einzug in den Tourismus. Mehr noch, sie bietet bisher ungeahnte Möglichkeiten neuer mobiler Dienste und Services, sowohl im B2C als auch im B2C Bereich.

Mobile Technologien werden den Tourismus künftig revolutionieren und bereits heute sind mBusiness-Lösungen in zahlreichen Sektoren der Tourismusindustrie implementiert. In Zukunft werden die Anforderungen an eine proaktive Gestaltung entsprechender Produkte gestellt werden sowie an eine reaktive Haltung gegenüber den Bedürfnissen des Reisenden in jeder seiner Urlaubsphasen. Ob während der Anreise, oder vor Ort in der Destination, kaum jemand will auf den Komfort verzichten, immer und überall erreichbar zu sein und aktuelle, nach Möglichkeit ortsbezogenen Informationen zu beziehen. Was früher als Privileg Weniger galt, hat sich zum Informations- und Kommunikationsmittel für jedermann entwickelt. Höhere Datenübertragungsraten, neue leistungsstarke Applikationen und transparentere Verrechnungsmodelle führen zu einer weiteren Verbreitung und einer gesteigerten Akzeptanz mobiler Datendienste.

Status Quo & Zielsetzung

Wenngleich in der einschlägigen Literatur seit einigen Jahren vermehrt auf das Thema mTourism eingegangen wird (hier ist insbesondere auf die Proceedings der ENTER zu verweisen) und einiges an Diplomarbeiten und Dissertationen im Umfeld publiziert wurde, so

fehlt dennoch ein umfassendes Werk, welches die Bandbreite mobiler Technologien sowie deren Implementierung im Tourismus aufzeigt und spezielle Teilaspekte daraus genauer beleuchtet. Ergänzt werden die einzelnen Kapitel mit Fallstudien aus der Praxis. Mit der Publikation soll letztlich der Versuch unternommen werden, die deutlich sichtbare Lücke zum Thema Mobile Dienste im Tourismus zu schließen. Die Publikation wird im Herbst 2009 im LIT-Verlag erscheinen.

Charakteristik der Beiträge

Die Zeichenanzahl pro regulärem Beitrag wird auf 30.000 (einschließlich Tabellen, Abbildungen, Abstract, Anmerkungen und Literaturverzeichnis) festgelegt. Bei Fallstudien ist die Zeichenanzahl auf 15.000 festgelegt. Genauere Informationen über den Aufbau der Beiträge und Fallstudien entnehmen Sie bitte den Autoren-Guidelines. Bitte verwenden Sie die auf www.tourismusforschung.com/mobile bereitgestellten Templates zum Schreiben Ihres Beitrages!

Die einzelnen Beiträge können sowohl der Grundlagenforschung als auch der angewandten Forschung entstammen und folgenden Charakter besitzen:

- Hermeneutisch-Interpretative
- Projekte/Studien die empirischen Charakter
- Fallstudien

Pädagogische Besonderheiten

Das Buch wendet sich deutlich von der „How-to-do“ Literatur ab. Vielmehr werden wissenschaftliche Erkenntnisse derart aufbereitet, dass der Leser ein empathisches Gefühl für Entwicklungen & Trends aber auch neue Einsatzfelder mobiler Dienste im Tourismus samt deren Chancen und Risiken bekommt. Unterstützt wird dies mittels der Integration von (wissenschaftlich fundierten) Fallsbeispielen und empirischen Erkenntnissen aktueller Applikationen, Lösungen und Prototypen.

Verständnis

Das Buch soll derart abgefasst sein, dass es dem Leser ermöglicht wird, Assoziationsketten zu bilden („Was bedeuten die Aussagen für den Anwendungsbereich xy?“) und er nicht im theoretischen Fundament verstrickt bleibt. Die einzelnen Beiträge sind so aufzubereiten, dass ein Verstehen ohne spezifisches Fachwissen möglich ist.

Zielgruppe

Die Publikation richtet sich an strategische Planer aus der Wirtschaft, die akademisch fundierte Aussagen zum mTourism suchen, wie auch an Theoretiker und Studenten, welche einen wissenschaftlich orientierten Überblick über die Grundlagen des mTourism sowie dessen Ausformungen und aktuelle Entwicklungen gewinnen wollen.

Einreichung

Um eine inhaltliche Ausgewogenheit sicherstellen zu können, sind die Autoren angehalten auf www.tourismusforschung.com/mobile einen Arbeitstitel, einen kurzen Abstract sowie Ihre Kontaktdaten abzuliefern.

Kongress

Beiträge der Publikation können im Sondertrack des Kongresses „Brennpunkt eTourism 2009“ (Nov. 2009) präsentiert werden. Detailinformationen zu dieser Veranstaltung werden noch kommuniziert. (Informationen zum aktuellen Brennpunkt eTourism finden Sie unter: www.brennpunkt-etourism.at)

Zeitplan für die Publikation

Zeitplan	
Einreichung des fertig gestellten Artikels	1. April 2009
Feedback der Herausgeber	30. April 2009
Einreichung ev. zu überarbeitender Artikel	31. Mai 2009
Weiterleitung zum Verlag (Repro-reif)	15. Juli 2009
Erscheinen der Publikation	September 2009
Konferenz-Track im Rahmen des Brennpunkt eTourism 2009	November 2009

Literatur

Gora, W., & Röttger-Gerigk, S. (2001). *Handbuch Mobile-Commerce*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer Verlag.

Kontakt:

FH-Prof. Dr. Roman Egger / Dr. MMag. Mario Jooss
Fachhochschule Salzburg Forschungsgesellschaft mbH
Urstein Süd 1
A-5412 Puch Urstein

roman.egger@fh-salzburg.ac.at

mario.jooss@fh-salzburg.ac.at

Für eine grobe Themenannäherung bzw. Orientierung:

(zu beachten ist, dass stets der Konnex zum Thema Tourismus herzustellen ist!!)

- Mobilfunkstandards und technologische Infrastruktur im Überblick
- RFID-Lösungen im Tourismus
- Einsatz von GPS-Lösungen im Tourismus
- Location based Services und deren Bedeutung auf Destinationsebene
- Wlan & WiMax
- Einsatzfelder von NFC

- Business Modelle im Mobile Commerce
- Mobile Marketing im Tourismus
- Vertriebs- und Vermarktungsstrategien mobiler Dienste im Tourismus
- Rechtliche Aspekte des mCommerce und deren Bedeutung im Tourismus
- Touristische Anwendungsfelder - mögliche Killerapplikationen?
- Ökonomische Konzepte des mTourism

- Vom stationären zum mobilen Web 2.0
- Gesellschaftliche Entwicklungen und Akzeptanz mobiler Dienste im Tourismus
- Integration mobiler Dienste in die touristische Wertschöpfungskette
- Anforderungen und Bedürfnisse mobiler Anwender
- Touristische Portale im mobilen Internet
- Mobile Booking – zwischen Event- und Flugticket
- Die Bedeutung mobiler Dienste im touristischen CRM
- Mobile Lösungen in der Hotellerie
- Mobile Lösungen im Verkehrswesen
- Mobile Lösungen auf Destinationsebene
- Mobiler Content im Tourismus – Herausforderungen der Aggregation und Distribution