
essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

Thomas Aichner · Oswin Maurer
Michael Nippa · Stefan Tonezzani

Virtual Reality im Tourismus

Wie VR das Destinationsmarketing
verändern wird

 Springer Gabler

Thomas Aichner
Alfaisal University
Riad, Saudi-Arabien

Michael Nippa
Freie Universität Bozen
Bozen, Italien

Oswin Maurer
Freie Universität Bozen
Bozen, Italien

Stefan Tonezzani
Freie Universität Bozen
Bozen, Italien

ISSN 2197-6708
essentials

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-23864-3

ISBN 978-3-658-23865-0 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-23865-0>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Eine Diskussion zur Relevanz von Augmented Reality und Virtual Reality in Wissenschaft und Praxis, insbesondere im Tourismussektor und im Destinationsmarketing.
- Eine Abgrenzung der verwandten Technologien Augmented und Virtual Reality sowie Informationen zu deren derzeitiger Verbreitung und Relevanz sowie zu Erwartungen von potenziellen Kunden, Anbietern und Medien.
- Insgesamt 18 Prognosen für die zukünftige Verwendung von Virtual Reality im Tourismussektor, unter Berücksichtigung politischer, ökonomischer, sozio-kultureller und technologischer Faktoren (PEST-Analyse).
- Einen Einblick in die methodische Vorgehensweise, um die mögliche Zukunft von disruptiven Technologien und deren Einfluss auf Anbieter und Nachfrager zu untersuchen.
- Ergebnisse einer Delphi-Zukunftsstudie unter Experten aus dem Destinationsmanagement bzw. -marketing, Unternehmensberatern, IT-Spezialisten und Wissenschaftlern.
- Eine akademisch fundierte Studie, die anwendbares Wissen kommuniziert.
- Ergebnisse, die unter anderem ein wahrscheinliches und vier umstrittene Zukunftsszenarien zur Rolle von Virtual Reality im Tourismussektor im Jahr 2025 umfassen.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Zur Relevanz von Virtual Reality in Wissenschaft und Praxis	5
3	Zur Methodik	17
4	Ergebnisse	29
5	Diskussion und Schlussfolgerungen	51
	Literatur	57

Über die Autoren

Prof. Dr. Thomas Aichner ist Assistant Professor für Marketing am College of Business, Alfaisal University in Riad, Saudi-Arabien. Er setzt sich unter anderem mit der Erforschung zukünftigen Konsumentenverhaltens auseinander. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Country of Origin, Mass Customization, E-Commerce, Social Media und Behinderung/Inklusion.

Prof. Dr. Oswin Maurer ist Full Professor für Marketing und Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Freien Universität Bozen, Italien. Sein Forschungsinteresse gilt dem Konsumentenverhalten, der regionalen Entwicklung, dem Tourismus und der Erforschung von Determinanten der Lebensqualität und der Lebenszufriedenheit.

Prof. Dr. Michael Nippa ist Full Professor für Strategische Führung und Internationales Management an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Freien Universität Bozen, Italien. Er lehrt und forscht u. a. auf dem Gebiet des Internationalen Managements (insb. Internationale Joint Venture, Internationalisierungsprozesse von KMU), der Organisation und des Change Management (insb. Digitalisierung, Geschäftsprozesse, Corporate Portfolio Management) und Führung (insb. Loyalität, virtuelle Teams).

Stefan Tonezzani, M.Sc. ist Absolvent des Studiengangs Entrepreneurship und Innovation an der Freien Universität Bozen, Italien, und arbeitet derzeit als innovative Consultant bei der digatus it group in München. Er interessiert sich für die digitale Transformation und deren Chancen und Herausforderungen für Unternehmen und für die Gesellschaft.