

Projekte aus Forschung und Praxis

Diese Rubrik enthält fünf Projektberichte, die sich mit dem Einsatz elektronischer Informations- und Reservationssysteme im Tourismus befassen.

Das Multimedia-Touristikinformationssystem SI-TOUR

Aufgabenstellung

Bei dem System SI-TOUR handelt sich um ein System zur Unterstützung des Gebietsmarketings für die westdeutsche

*Von Prof. Dr. Manfred Grauer,
Christian Buchner, Hermann Siebrat
Universität-GH Siegen*

Region Siegen-Wittgenstein. Es entstand als Kooperation zwischen dem Institut für Wirtschaftsinformatik an der Universität-Gesamthochschule Siegen und dem Amt für Wirtschaftsförderung des Kreises Siegen-Wittgenstein.

Ziel des Systems ist, vor allem das Informationsangebot im Bereich Fremdenverkehr zu erweitern. Neben Sehenswürdigkeiten werden auch Objekte aus dem Kultur- und Freizeitbereich präsentiert. Das System soll zunächst nicht umfassend über die Region informieren, sondern Interesse wecken und dem Be-

sucher Anregungen zur Freizeitgestaltung geben.

Realisation

Die Implementierung von SI-TOUR wurde auf einem Apple Macintosh unter Verwendung der Präsentationssoftware 'MacroMind Director' vorgenommen. Den Einstieg in das Programm bildet die graphische Darstellung einer Panoramakarte des Kreises Siegen-Wittgenstein, die in elf Abschnitte eingeteilt wurde. Der Betrachter hat die Möglichkeit, zwischen einzelnen Kartenausschnitten zu wechseln. Über die Auswahl von Symbolen auf den Kartenausschnitten können kurze Präsentationsfilme mit einer Dauer von 2 - 5 Minuten aufgerufen werden. In einem Fenster eingeblendet informieren sie über verschiedene Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen in Siegen und Umgebung. Eine Comicfigur leitet den Benutzer als eine Art Reisefüh-

rer durch das Programm. Wegen der im Vergleich zur textlichen Gestaltung besseren Aufnahmefähigkeit wurde hauptsächlich Bildmaterial als Informationsträger verwendet. Auch Bewegtbildsequenzen (Video) sind als wichtiges Informationsmedium integriert.

Ausblick

An einen praktischen Einsatz von SI-TOUR ist in nächster Zeit in Form von Info-Säulen gedacht, die an zentralen Stellen der Stadt und auf Messen oder ähnlichen Veranstaltungen aufgestellt werden. Als Standorte bieten sich sowohl nationale und internationale Touristikmessen als auch Präsentationen im Kreisgebiet (Autobahnraststätten, Fußgängerzonen, Bahnhofsvorplatz) an.

Die Interaktion mit dem Benutzer könnte mit Hilfe eines berührungsempfindlichen Bildschirms (Touchscreen) erfolgen, auf Messen erscheint eine Projektion mit Hilfe eines LCD-Overlays sinnvoll.

Es ist geplant, das System um Hotelinformationen und um ein Reservierungssystem für kulturelle Veranstaltungen zu ergänzen.

SI-TOUR wird im Rahmen der Sonderschau 'Forschungsland NRW' auf der Computer-Messe CEBIT '92 im März ■ Hannover präsentiert.

Computergestützte Reisevertriebssysteme und ihre überbetrieblichen Auswirkungen

Reisevertriebssystem AMADEUS

Die dynamische Entwicklung des Fernreisemarktes, die bevorstehende Liberalisierung des Luftverkehrs, die star-

*Von Prof. Dr. F. Bodendorf,
Axel Schulz
Universität Erlangen-Nürnberg*

ke Konkurrenz der amerikanischen Fluggesellschaften und die stetig steigende Anzahl von Reisenden mit immer vielfältigeren Ansprüchen veranlasste im Jahr 1987 vier führende europäische Fluggesellschaften, mit der Entwicklung des computergestützten Reisevertriebssystem AMADEUS zu beginnen. Nach einer fünfjährigen Entwicklungszeit und Entwicklungskosten im Milliardenbereich verfügt AMADEUS über umfangreiche und ständig aktualisierte Datenbanken, auf die alle Vertragsteilnehmer (Leistungsanbieter und Leistungsmittler) über Kommunikationsnetze direkten Zugriff haben. Die Leistungsmittler haben die Möglichkeit, Buchungen durchzuführen oder zu ändern, Reservierungen vorzunehmen oder zu stornieren sowie Tickets auszudrucken. Die Leistungsanbieter können online Tarifänderungen in das System einspeisen und die Inanspruchnahme ihrer Angebote,

wie z.B. Kapazitätsauslastung von Flügen, abrufen. Die Endkunden profitieren von transparenten Informationen über Leistungsangebote und Preise.

Überbetriebliche Auswirkungen

1990 wurde ein Kooperationsprojekt zwischen der Deutschen Lufthansa AG und dem Lehrstuhl Wirtschaftsinformatik II an der Universität Erlangen-Nürnberg begonnen. Kernpunkt der wissenschaftlichen Untersuchung ist hierbei, inwieweit die Integration aller wichtigen Reisedienstleistungen in wenigen globalen Systemen den Marktteilnehmern (vgl. Abbildung 1) Vorteile bringt. Untersucht wird auch, ob die Installation von Vertriebssystemen eine Kartellbildung mit

Preis- und Absatzabsprachen forciert. Es stellt sich hierbei die Frage, in welcher Weise Unternehmungen miteinander konkurrieren können, wenn sie gleichzeitig wichtige Unternehmensfunktionen, wie in diesem Fall den gesamten Vertriebsbereich, gemeinsam kontrollieren. Auf der Nachfrageseite dürfte sich zukünftig für den Reisemittler und für den Endverbraucher durch diese elektronische Supermärkte die Möglichkeit ergeben, die Produkte des gesamten Tourismusbereichs ohne grossen Aufwand direkt miteinander zu vergleichen und das preisgünstigste Produkt zu erwerben.

Neben den technischen Voraussetzungen für die Realisierung von elektronischen Märkten werden insbesondere deren Nutzeffekte und Grenzen analysiert, wobei die überbetriebliche Integration einzelner Unternehmerfunktionen im Mittelpunkt der Forschung steht. ■

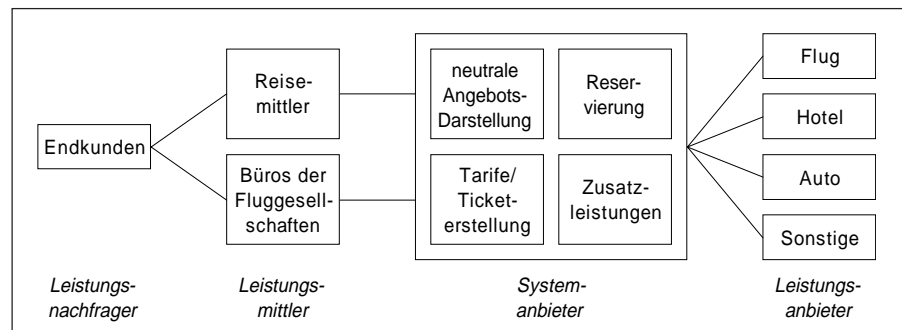


Abb. 1: Marktteilnehmer im elektronischen Reisevertrieb