

}essentials{

Thomas Aichner · Oswin Maurer  
Michael Nippa · Stefan Tonezzani

# Virtual Reality im Tourismus

Wie VR das Destinationsmarketing  
verändern wird



Springer Gabler

---

**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)

<http://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

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