



FUTOUR

Online-Kurs:  
Rahmenbedingungen für den  
Tourismus der Zukunft

2021-2-DE02-KA220-VET-000048785



# Tourismus nach Covid-19

Einheit 2

# Rahmen und Umfang der Einheit



- Einheit 2 befasst sich mit der Krise der Tourismusindustrie aufgrund des Covid-19 und deren Auswirkungen auf die Veränderungen und Entwicklungen in der Branche.
- Sie werden auch etwas über die Trends, Tendenzen, Herausforderungen und Bedürfnisse in diesem Bereich erfahren.
- Außerdem werden Sie mit bewährten Praktiken vertraut gemacht
- Das Referat wird sich eingehender mit Lösungsvorschlägen für die Wiederbelebung des Tourismus, insbesondere des digitalen und nachhaltigen Tourismus, befassen.
- Die endgültige Nachricht wird übermittelt
- Es wird Zeit für Diskussionen und Aktivitäten eingeplant.

# INHALTSVERZEICHNIS

01

## Tourismus und Covid-19

Tourismus vor, während und nach Covid-19,  
Herausforderungen, Veränderungen,  
Auswirkungen, Folgen

02

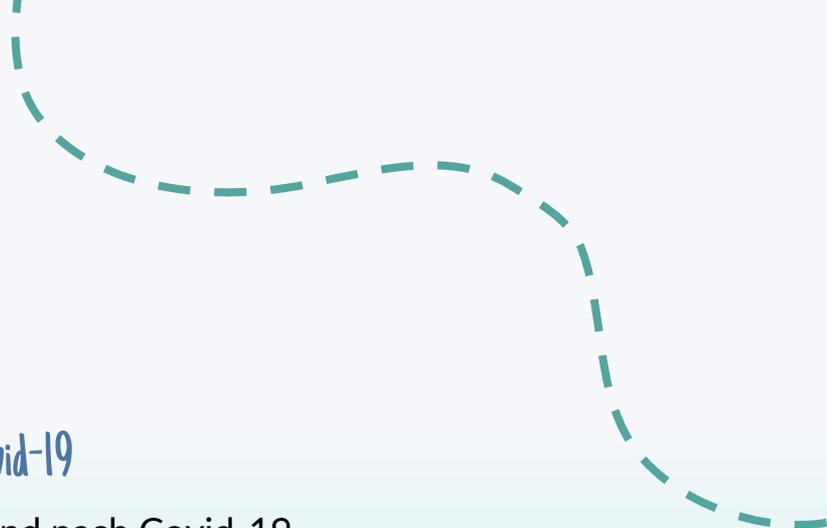
## Wiederbelebung des Tourismus

Digitalisierung und  
Förderung der  
Nachhaltigkeit

03

## Aktivitäten

Förderung des Wissenserhalts und  
des kritischen Denkens



The background is a solid blue color. It features several white dashed lines that form irregular, wavy shapes, resembling topographic contour lines or hand-drawn doodles. These shapes are scattered across the page, with some in the top left, top right, bottom left, and bottom right corners.

# Tourismus und Covid-19

# Tourismus und die Covid-19

## Tourismus während der Covid-19-Auswahl

- **COVID-19 Auswirkungen:** Der weltweite Tourismus wurde durch die Pandemie stark beeinträchtigt.
- **Wirtschaftlicher Abschwung:** Erhebliche Verluste bei Fluggesellschaften, Hotels und verwandten Sektoren.
- **Zurückhaltung der Reisenden:** Gesundheitsrisiken und Quarantänen schrecken den Tourismus ab.
- **Anpassungsmaßnahmen:** Umstellung auf virtuelle Touren und verbesserte Hygieneprotokolle.



-73%

International tourist arrivals



Loss in export revenues from international tourism

US\$ 13 trillion



International tourism could plunge to levels of 1990s



Estimated loss in global GDP over US\$ 2.5 trillion



Loss of international tourist arrivals 1 billion



100-120 million direct tourism jobs at risk

## Langsame Erholung des Tourismus

- **Regionale Disparitäten:** Europa und Nord- und Südamerika erlebten 2021 einen Anstieg des Tourismus, blieben aber 63 % unter dem Niveau vor der Pandemie.
- **2022 Aufschwung:** Der internationale Tourismus erreichte in den ersten 9 Monaten 62 % des Niveaus vor der Pandemie.
- **Bemerkenswertes Wachstum:** Rund 700 Millionen Touristen reisten 2022 ins Ausland, ein Anstieg um 133 % gegenüber 2021.
- **Laufende Pandemie:** Neue COVID-19-Varianten
- **Geopolitische Spannungen:** Konflikte, z.B. in der Ukraine
- **Der Bedarf der Branche:** Die Akteure der Tourismusbranche müssen anpassungsfähig bleiben und sich sowohl auf Chancen als auch auf Herausforderungen vorbereiten.



# Wiederbelebung des Tourismus

# Wiederbelebung des Tourismusangebots



1. **Neu konzipiertes Tourismusangebot:** Maßgeschneidert auf neue Vorlieben wie lokale und Outdoor-Erlebnisse.
2. **Operative Überholung:** Digitalisierung für optimierte Dienstleistungen.
3. **Technologische Integration:** Einsatz von KI und VR für verbesserte Gästelerlebnisse.
4. **Emotionales Engagement:** Fokus auf authentisches und kulturelles Eintauchen.
5. **Verschärfte Gesundheitsprotokolle:** Umsetzung strenger Sicherheitsmaßnahmen
6. **Anpassungsfähige Unternehmensführung:** Höhere Qualifikation und Einsatz innovativer Fernsteuerungsinstrumente.

Die Reisebranche konzentriert sich in der Zeit nach der Pandemie auf Sicherheit, Technologie und bereichernde Erlebnisse.

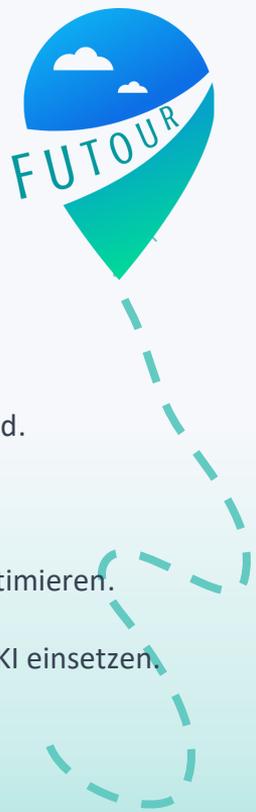
# Gesundheit und Sicherheit

1. **Professionelle Reinigung:** Verbesserte Reinigung mit UV-Technologie, HEPA-Filtern und Desinfektionsmitteln in Profiqualität.
2. **Lebensmittelsicherheit:** Strenge Protokolle von der Beschaffung bis zum Servieren.
3. **Persönliche Schutzausrüstung (PSA):** Verfügbarkeit von Masken, Desinfektionsmitteln und Handschuhen.
4. **Protokolle zur sozialen Distanzierung:** Fortgeschrittene Buchungssysteme und räumlich getrennte Sitzplätze.
5. **Einhaltung von Regierungsrichtlinien:** Ständige Aktualisierung und Schulung des Personals.
6. **Transparente Kommunikation:** Sicherheitsinformationen in Echtzeit über Apps und digitale Tafeln.
7. **Datenmanagement und CRM:** Robuste Datenverschlüsselung und Datenschutznormen.



# Management des Unternehmens

- 1. Neue Führungsrollen:** Hinzufügung eines leitenden Sicherheits-/Gesundheitsbeauftragten zur Gewährleistung von Gesundheitsstandards.
- 2. Spezialisierte Ausbildung:** Krisenmanagement-Module für mehr Sicherheit, wie sie bei Fluggesellschaften üblich sind.
- 3. Safety-First Marketing:** Kampagnen wie auf den Malediven, die die Abgeschlossenheit betonen.
- 4. Aktualisierte Betriebshandbücher:** Angepasste Richtlinien, mit denen die Freizeitparks das Crowd Management optimieren.
- 5. Verbesserte Widerstandsfähigkeit:** Gemeinsame Strategien unter Verwendung digitaler Tools, mit Reisebüros, die KI einsetzen.



# Durchbruch auf dem Gebiet: Digitalisierung



- **Treibende Faktoren: Die** Erwartungen der Verbraucher an nahtlose Online-Erlebnisse, gepaart mit technologischen Fortschritten wie VR, haben eine neue Ära des digitalen Tourismus eingeläutet.
- **Vorteile:** Besseres Verständnis der Verbraucher durch KI-Analysen und ständige Konnektivität mit Touristen über mobile Plattformen. Plattformen wie Expedia bieten integrierte Tourismuserlebnisse.
- **Informationsfluss:** Systeme wie Global Reservation Systems (GRS) ermöglichen sofortige Buchungen und integrierte Serviceleistungen.
- **Die Herausforderungen:** Der rasante technische Fortschritt erfordert aktuelle Managementstrategien, während die zunehmenden Online-Dienste den Bedarf an robusten Cybersicherheitsmaßnahmen deutlich machen.

## Warum digitaler Tourismus

- **Innovative Erlebnisse:** Tools wie VR ermöglichen immersive Führungen, wie etwa die antiken Exponate des British Museum.
- **Personalisierte Erlebnisse:** KI-Plattformen wie Triplt geben maßgeschneiderte Reiseempfehlungen und verbessern so das Reiseerlebnis.
- **Effiziente Planung:** Plattformen wie Skyscanner bieten eine transparente Buchung und optimieren so die Reiseplanung.
- **Geschäftsentwicklung:** Modelle wie Airbnb führen Peer-to-Peer-Tauschbörsen ein, die von Echtzeit-Verfügbarkeitsprüfern unterstützt werden.
- **Die digitale Strategie der DMOs:** Fremdenverkehrsämter, wie die #SeeAustralia-Kampagne von Tourism Australia, nutzen digitale Plattformen für eine größere Reichweite.

# Umfang des digitalen Tourismus

## Mechanismen für den digitalen Tourismus

- **Lebendige Präsentation:** Medienstarke Reiseblogs und Plattformen wie Pinterest dienen als moderne Reisebroschüren.
- **Verbesserte Kommunikation:** Reise-Influencer auf Twitter und Instagram prägen Reisetrends und bieten Einblicke in Echtzeit.
- **Strategische Online-Sichtbarkeit:** SEO und SEM sorgen für weltweite Anerkennung. Die Malediven zum Beispiel haben mit intelligenten digitalen Strategien an Popularität gewonnen.
- **Modernisierung des Vertriebs:** Blockchain-Technologien versprechen transparente Transaktionen.
- **Datenzentrierte Ansätze:** Hotels und Fluggesellschaften nutzen die Datenanalyse für gezieltes Marketing.

# Digitale Entwicklung im Post-COVID-Tourismus

- 1. Automatisierung und Robotik:** Flughäfen wie Haneda in Tokio setzen Roboter für Aufgaben wie Reinigung und Passagierführung ein, um die Effizienz zu steigern.
- 2. Digitale Plattformen:** Tools wie Triplt bieten Sicherheitsupdates in Echtzeit und verändern das Reisemanagement.
- 3. KI im Marketing:** Plattformen sagen das Verbraucherverhalten für gezielte Kampagnen voraus, z. B. Google Analytics.
- 4. Virtuelle Realität (VR):** Reiseziele wie Neuseeland bieten VR-Erlebnisse, die künftige Reiseentscheidungen beeinflussen können.
- 5. Digitale Gesundheitslösungen:** Apps wie CommonPass stellen sicher, dass Reisende die Gesundheitsanforderungen mit digitalen Gesundheitspässen erfüllen.
- 6. Maßgeschneiderte Erlebnisse:** Plattformen wie Airbnb Experiences ermöglichen maßgeschneiderte Reisen, von Kochkursen in Paris bis zu Rückzugsorten auf Bali.
- 7. Umweltfreundlicher Tourismus:** Digitale Plattformen wie Ecobnb werben für nachhaltige Aufenthalte, wobei der Schwerpunkt auf naturnahen Unterkünften liegt.
- 8. Maßnahmen zur Cybersicherheit:** Angesichts der zunehmenden digitalen Aktivitäten schützen Tools wie Norton vor potenziellen Bedrohungen.

# Bewährte Praktiken des digitalen

## HMI-Technologien (KI und VR) in Vietnam's Tourismusbranche

- HMI-Technologien (KI und VR) spielen in der vietnamesischen Tourismusbranche eine entscheidende Rolle bei der Gewährleistung der Sicherheit und der Bereitstellung einer einfühlsamen, personalisierten Betreuung.
- Die Integration von KI und VR in interaktive Mensch-Maschine-Geräte verbessert die Servicequalität und führt zu einer höheren Zufriedenheit und Loyalität der Touristen.
- Diese Technologien tragen zu sozialen Innovationen und nachhaltigen Dienstleistungen bei und schaffen anspruchsvolle Erfahrungen für alle Beteiligten.

## Chancen für den Tourismus in Portugal

Portugal verfügt über Möglichkeiten im Tourismussektor, darunter ein qualitativ hochwertiges Gesundheitswesen, nachhaltige Tourismusoptionen, ein zunehmender Tourismus von wohlhabenden älteren Menschen und eine beschleunigte Digitalisierung des Tourismusbetriebs.

# Schnelle Anpassung an die Zeit nach der COVID-19

Der Tourismus sollte die tiefgreifenden Erkenntnisse, die sich aus den Abweichungen in der Psychologie und im Verhalten der Verbraucher ergeben, berücksichtigen und seine Marketingtaktiken sowie seine Unternehmensstrategien entsprechend umgestalten und ändern.

# Sektorale Umschulung und Höherqualifizierung/Berufsmöglichkeiten im digitalen Tourismus



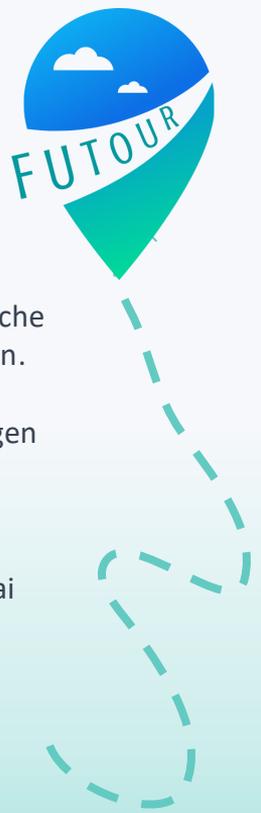
- 1. Berufliche Entwicklung:** Während die Automatisierung traditionelle Tätigkeiten ersetzen kann, ergeben sich neue Möglichkeiten in den Bereichen KI, Big Data Erstellung digitaler Inhalte.
  - 2. Verbesserung der Qualifikationen:** Kontinuierliche Weiterbildung in den Bereichen digitales Marketing, Datenanalyse und virtuelle Erlebnisse ist entscheidend, um relevant zu bleiben.
- **Herausforderungen:** Die Umstellung stößt auf Hürden wie Widerstand gegen Veränderungen, Investitionskosten und Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit.
  - **Strategien:** Investieren Sie in die richtige technische Infrastruktur, schließen Sie technische Partnerschaften und sammeln Sie ständig Kundenfeedback, um Ihre digitalen Angebote zu verbessern.



# Umgang mit digitaler Ethik, Datenschutz und Verbraucherschutz



# Sicherheit und Vertrauen schaffen



- **Robotisierung für Sauberkeit:** Einsatz von Robotern mit UV-C-Licht zur Desinfektion von Bereichen, um eine gründliche Sauberkeit zu gewährleisten. Beispiel: Die intelligenten Zimmertechnologien von Hilton für berührungslose Kontrollen.
- **Transparenz-Kampagnen:** Förderung von Reinigungsprozessen hinter den Kulissen, Hervorhebung von Zertifizierungen wie "Clean & Safe". Beispiel: Europäische Reiseziele, die zertifizierte Einrichtungen vorstellen.
- **Engagement in den sozialen Medien:** Nutzen Sie Hashtags (#SafeTravels, #CleanStay) und arbeiten Sie mit Multiplikatoren zusammen, um Sicherheitsmaßnahmen zu verbreiten. Beispiel: Die Influencer-Kampagnen von Dubai Tourism, die strenge Sicherheitsmaßnahmen betonen.

# Nachhaltige Entwicklung



**Erneuerbare Energie:** Nutzung von Sonnenkollektoren und Windturbinen, z. B. Brando Resort mit nahezu 100 % erneuerbarer Energie.

**Technologiegestützte Abfallreduzierung:** Verwenden Sie KI wie Winnow, um Küchenabfälle zu überwachen und zu reduzieren, indem Sie den Lebensmittelverbrauch vorhersagen.

**Minimierung des Plastikverbrauchs:** Ersetzen Sie Einwegplastik durch nachhaltige Alternativen, z.B. Marriott's weltweite Abschaffung von kleinen Plastikflaschen.

**Ankurbelung des lokalen Tourismus:** Förderung weniger bekannter Attraktionen und Anreize für Reisen außerhalb der Saison, so wie Italiens "Albergo Diffuso" historische Dörfer wiederbelebt



# Innovationen für das Gastgewerbe und den Tourismus



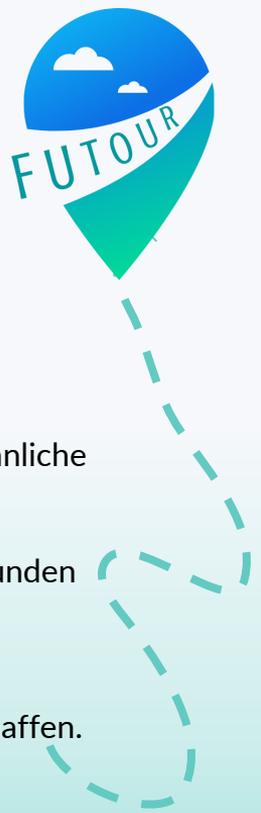
1. **Automatisierung und Digitalisierung**, z. B. automatisches Einchecken an Flughäfen, digitale Speisekarten in Restaurants.
2. **Intelligente Annehmlichkeiten**: z. B. AR-fähige Karten und interaktive digitale Anzeigen an touristischen Orten
3. **Erkennungstechnologien**: z. B. Gesichtserkennung für das Boarding und die Anmeldung bei Veranstaltungen.
4. **Einheitliche Zahlungslösungen**: z. B. Plattformen wie Apple Pay für nahtlose Transaktionen.
5. **Personalisierte Erlebnisse**: z. B. KI-gesteuerte, maßgeschneiderte Reiserouten.

# Innovationen zur Wiederbelebung der Tourismusbranche

- **Modernisierte Buchungen:** Nutzung von KI für personalisierte Reiseempfehlungen, z. B. *die Empfehlungsmaschine von Expedia.*
- **Immersive Erlebnisse:** AR/VR-erweiterte Touren, z. B. *die VR-Mona-Lisa-Tour des Louvre.*
- **Intelligentes Marketing:** Gezielte Social-Media-Kampagnen, z. B. *die adaptiven Werbeaktionen von Airbnb.*
- **Ankurbelung der Nachfrage:** Reise-Rabattgutscheine, z. B. *"SingapoRediscoverers Vouchers" aus Singapur.*



# Verschiedene Themen fördern/ Erfahrungen schaffen



- Individuelle Erlebnisse stehen bei den Touristen hoch im Kurs und überwiegen den Preis.
- Tourismusanbieter können sich einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschaffen, indem sie außergewöhnliche Erlebnisse bieten.
- Einprägsame Erlebnisse prägen zukünftige Perspektiven und Handlungen, die auf den Erinnerungen der Kunden basieren.
- Verschiedene Formen des Tourismus wie Abenteuerismus, Agrotourismus, Weintourismus, ländlicher Tourismus und Lebensmitteltourismus tragen dazu bei, einzigartige und unvergessliche Erfahrungen zu schaffen.

# Bildung eines digitalen Ökosystems für intelligente Erlebnisse



- **Digitales Ökosystem für den Tourismus:** Nutzung vernetzter Plattformen wie Triplt zur Konsolidierung und Personalisierung der Erfahrungen von Reisenden.
- **Tools zur Einbindung der Gemeinschaft:** Plattformen wie Couchsurfing fördern die Interaktion zwischen Reisenden und bieten Einblicke.
- **Die Rolle der DMOs:** Organisationen wie das Niederländische Fremdenverkehrsamt setzen sich für die digitale Integration ein und heben lokale Attraktionen nahtlos hervor.

# Schlussfolgerung

- 1. Ganzheitlicher Ansatz:** Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinschaften, Regierungen und Unternehmen für ein widerstandsfähiges Tourismus-Ökosystem.
- 2. Fokus auf Mitarbeiter:** Priorisieren Sie die Mitarbeiterverwaltung und die interne Kommunikation, um die Abläufe zu optimieren und die Anpassungsfähigkeit zu erhöhen.
- 3. Digitale Transformation:** Investieren Sie in digitale Tools, um das Besuchererlebnis und die betriebliche Effizienz zu verbessern.
- 4. Lokales unterstützen:** Förderung lokaler Tourismusunternehmen, um die Kultur und Identität des Reiseziels zu erhalten.
- 5. Innovative Erlebnisse:** Bieten Sie in einem gesättigten Markt einzigartige und unvergessliche Erlebnisse, um sich von der Konkurrenz abzuheben.
- 6. Tiefgang statt Attraktion:** Moderne Reisende suchen Tiefgang und Authentizität; sie suchen nach einzigartigen Geschichten und Spezialitäten.
- 7. Maßgeschneiderte Lösungen:** Maßgeschneiderte Lösungen auf der Grundlage regionaler Nuancen, die dennoch an globale Trends angepasst werden können.
- 8. Globaler Einfluss:** Beobachten Sie globale Ereignisse und Trends und sorgen Sie für Anpassungsfähigkeit und Bereitschaft bei den Strategien.
- 9. Nachhaltige Neudefinition:** Herausforderungen als Chance nutzen, um den Tourismus in eine nachhaltige Richtung zu lenken.
- 10. Technische Investitionen:** Setzen Sie auf Technologie für nachhaltiges Wachstum und bereichernde Besuchererlebnisse.



The background is a solid blue color with several white dashed lines forming abstract, scribbled shapes. These shapes are scattered across the page, with some resembling concentric ovals or irregular loops. The text is centered in a large, black, handwritten-style font.

# Aktivitäten für die Lernenden



# Anschauen eines Videos

- Ein Video des EU-Parlaments - Europa ist das beliebteste Reiseziel der Welt und das EU-Parlament fordert einen Plan, um den Tourismus nach dem 19. September umweltfreundlicher und nachhaltiger zu gestalten.
- Die Zukunft des Tourismus - nachhaltig, verantwortungsvoll, intelligent
- Achtung - <https://www.youtube.com/watch?v=8HCOjH6egdk>

Bitte beantworten Sie anhand des oben gezeigten Videos die folgenden Fragen:

- Wie kann man den Transport/die Fortbewegung im Tourismus nachhaltig gestalten?
- Warum sind gemeinsame Aktionen der verschiedenen Interessengruppen erforderlich?
- Was ist das Umweltzeichen für den Tourismus?

Gruppendiskussion ca. 20 Minuten

# Fallstudie

Ann und Florian sind ein frisch verheiratetes Paar und wollen eine unvergessliche und aktive Hochzeitsreise erleben.

Als Klimaschützer sind sie bei der Auswahl von Reiseveranstaltern sehr genau, sehen sich deren Social-Media-Kanäle an und achten auf deren Internetpräsenz und Bewertungen.

Sie planen einen Inlandstourismus und denken über Weintourismus nach.



# Fallstudie: Ihre Aufgabe



Bitte geben Sie an, was Sie ihnen als Reiseveranstalter anbieten sollten, um sie anzuziehen

- Angenommen, Sie sind ein Gästehaus. Was müssen Sie haben bzw. sicherstellen, damit sie ein Zimmer in Ihrem Gästehaus buchen.
- Angenommen, Sie sind ein Café. Welche Kriterien/Dienstleistungen sollten Sie anbieten, damit sie Sie besuchen?
- Angenommen, Sie sind ein Weingut. Was hätten Sie tun müssen, um mehr über Sie zu erfahren und Ihren Standort zu wählen?
- Angenommen, Sie sind ein Reiseveranstalter, der Weinreisen anbietet. Wie sieht Ihr Angebot aus? Welche Transportmittel bieten Sie an?

Zu jedem Aspekt wird eine Diskussion in Kleingruppen geführt und anschließend ein Bericht und eine Diskussion in der ganzen Klasse. (Ungefähr 20 Minuten)



## Den Artikel lesen

- Bitte lesen Sie die ersten 4 Seiten des Artikels "Digital Entrepreneurship and Creative Industries in Tourism: A Research Agenda", der darauf abzielt, Schlüsselfaktoren und -dimensionen bei der Einführung von digitalem Unternehmertum und der Kreativwirtschaft im Tourismus zu identifizieren
- Der Link: <https://www.mdpi.com/2227-7099/10/7/167>

Beantworten Sie auf der Grundlage der Erkenntnisse aus den Abschnitten, die Sie in dem Artikel gelesen haben, bitte die folgenden Fragen:

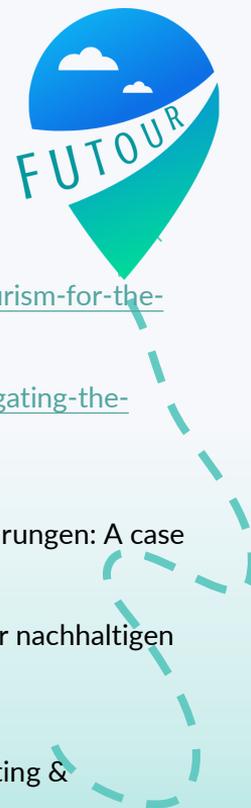
- Wie das digitale Unternehmertum gestärkt und die Chancen genutzt werden können
- Was sind Kreativindustrien und wie hängen sie mit dem Tourismus zusammen? Warum können sie popularisiert werden?
- Warum geht es beim kreativen Tourismus um die Produktion und Koproduktion von Erfahrungen?

# Referenzen



- Airey, D., & Tribe, J. (Eds.). (2022). Essen, Trinken und Tourismus: From Terroir to Gastronomy. Channel View Publications.
- Buhalis, D., & Leung, R. (Eds.). (2023). Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus 2023: Proceedings of the International Conference in Dubai, UAE, January 23-26, 2023. Springer.
- Deloitte. (2023). Global Travel and Hospitality Outlook 2023: Neugestaltung der Branche für die Zukunft. Abrufbar unter <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-travel-hospitality-outlook.html>
- Dias, Á., & Machado, C. (2022). Wiederaufbau des Tourismus nach der COVID-19-Pandemie: The case of Portugal. Aktuelle Themen im Tourismus, 1-18.
- DMO Taskforce "Zukunft des Tourismus". (2022). Tourism Beyond 2022: A Framework for Recovery. Abrufbar unter <https://www.destinationmarketing.org/sites/default/files/2022-04/DMO%20Tourism%20Futures%20Taskforce%20Report%20Final.pdf>
- Dredge, D., & Gyimóthy, S. (Eds.). (2023). Tourismus und digitale Transformation: Impacts and Challenges. Channel View Publications.
- Europäische Reisekommission (ETC). (2023). Vierteljährlicher Bericht über den europäischen Tourismus: Q4/2022. Abrufbar unter <https://etc-corporate.org/quarterly-report-on-european-tourism/>
- Europäischer Datenschutzbeauftragter
- Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2022). Roboter im Gastgewerbe und Tourismus: Applications, implications, and future research directions. Journal of Travel Research, 00472875211066262.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2023). Intelligenter Tourismus: Foundations and developments. In Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus 2023 (S. 1-10). Springer.
- Liu, Z., Li, X., & Liang, X. (2022). Designing persuasive tourist experiences: A framework for destination marketers. Journal of Destination Marketing & Management, 20, 100713.

# Referenzen



- McKinsey und Unternehmen. (2022). Reisen und Tourismus für die Welt nach COVID-19 neu denken. Abrufbar unter <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/rethinking-travel-and-tourism-for-the-post-covid-19-world>
- McKinsey & Unternehmen. (2023). Reisen und Tourismus nach COVID-19: Auf dem Weg zur Erholung. Abgerufen von <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/travel-and-tourism-after-covid-19-navigating-the-path-to-recovery>
- Meng, B., Hall, C. M., & Scott, D. (2022). Co-creating experiential tourism products: Chancen und Herausforderungen für Destinationsmanagement-Organisationen. *Journal of Travel Research*, 00472875221103366.
- Nguyen, H. T. H., & Nguyen, T. H. (2022). Das Potenzial der virtuellen Realität für die Verbesserung der touristischen Erfahrungen: A case study of Vietnam. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 29(1), 21-33.
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2023). Nachhaltiger Tourismus im Wandel: Ein Fahrplan für den Wandel. *Zeitschrift für nachhaltigen Tourismus*, 31(1), 1-19.
- Die Weltbank. (2022). Tourismuspolitische Reaktionen auf das Coronavirus (COVID-19). Abrufbar unter <https://www.worldbank.org/en/topic/tourism/brief/covid-19-tourism-policy-responses>
- Wang, D., & Xiang, Z. (2022). Intelligente Reiseziele: Enhancing destination competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100667. doi: 10.1016/j.jdmm.2022.100667
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2022). Die digitale Transformation in der Reisebranche: A review and synthesis. *Journal of Travel Research*, 00472875221080714.
- Zhang, J., & Xie, P. F. (2022). Erholung und Widerstandsfähigkeit des Tourismus in der Post-COVID-Ära: Eine vergleichende Studie zu China und Europa. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 100719. doi: 10.1016/j.jdmm.2021.100719
- Zhang, Y., Li, X., & Zhang, X. (2022). Wie Robotertechnologie die wahrgenommene Servicequalität im Gastgewerbe verbessert: Eine Studie über die Erfahrungen von Hotelgästen. *Journal of Travel Research*, 00472875221124468.

# DANKE!

Haben Sie noch Fragen?



Kofinanziert von der Europäischen Union

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für diese verantwortlich gemacht werden.

