



Neue Untersuchungen zur Digitalisierung im Tourismus

Studien der Hochschule Aalen auf der renommierten Konferenz KES International 2018 vorgestellt

19.10.2018 | Die International Conference on Intelligent Decision Technologies (KES) gehört zu den führenden internationalen Konferenzen der Wirtschaftsinformatik und ist besonders in den Bereichen Intelligente Systeme und Entscheidungstechnologien, Intelligente/Interaktive Multimediasysteme und -services als auch im Innovations- und Wissenstransfer sowohl für Wissenschaft als auch für die Praxis von hoher Bedeutung. Forschern der Hochschule Aalen ist es gelungen, dort auch wieder mit zwei Konferenzbeiträgen vertreten zu sein. In diesem Jahr wurden auf der KES-Konferenz in Belgrad (Serbien) interessante Ergebnisse zu den Themen Digitalisierung im Tourismus und Digitale Geschäftsmodelle durch Prof. Dr. Ralf-Christian Härtung und Christopher Reichstein präsentiert.

Mit der Annahme der beiden Beiträge "Potentials of changing customer needs in a digital world – a conceptual model and recommendations for action in tourism" und „- Potentials of Digital Business Models – Empirical investigation of data driven impacts in industry" durch die renommierte KES-Konferenz kann den Autoren Prof. Dr. Ralf-Christian Härtung, Christopher Reichstein (Univ. M.Sc.) und Matthias Schad (B.A.) und dem Studienbereich Betriebswirtschaft für kleine und mittlere Unternehmen ein großer Erfolg konstatiert werden.

Die Studienergebnisse des Papers "Potentials of changing customer needs in a digital world – a conceptual model and recommendations for action in tourism" zeigen, dass es vier Hauptfaktoren gibt, welche die Potenziale verändernder Kundenbedürfnisse im Tourismus beeinflussen: digitale Dienstleistungen, digitales Marketing, Data Mining und Online-Reisegemeinschaften. Das von den Forschern selbst entwickelte, konzeptionelle Modell zur Untersuchung der Potenziale verändernder Kundenbedürfnisse durch Digitalisierung zeigt darüber hinaus, dass sich insbesondere in strukturschwachen Regionen für die Tourismusbranche, digitale Anwendungen und Kommunikationsinstrumente neue Möglichkeiten eröffnen, um Kunden zu erreichen und die sich ändernden Kundenbedürfnisse zu erfüllen.

Die Ergebnisse der zweiten Untersuchung zum Thema „Potentials of Digital Business

Models – Empirical investigation of data driven impacts in industry" ergaben, dass es vier Hauptdeterminanten (Key Performance Indicator, Individualisierung, Effizienz und Kommunikation) gibt, welche einen positiven sowie signifikanten Einfluss auf die Potenziale digitaler Geschäftsmodelle und -prozesse haben. Die Forschung liefert insbesondere für die Wissenschaft einen Mehrwert, da sie sowohl ein neues Messmodell als auch neue Skalen zur Berechnung der Potenziale digitaler Geschäftsmodelle und Prozesse bietet.

Die Untersuchungen des Studienbereichs Betriebswirtschaft für kleine und mittlere Unternehmen der Hochschule Aalen wurde im Competence Center für betriebliche Informationssysteme im Mittelstand (CIM) durchgeführt und wurde nun vom Springer Verlag für alle Interessenten frei zugänglich gemacht.

Weitere Informationen gibt es auch auf der [Homepage des Competence Center für betriebliche Informationssysteme im Mittelstand \(CIM\)](#).