

## Vorwort

Bereits vor Jahren waren Prophezeiungen zu vernehmen, die mobile Dienste und Services als die nächste technologische Revolution im Tourismus ankündigten. Das Internet hatte bereits die gesamte Tourismuswirtschaft restrukturiert und nachhaltig verändert, und man wartete, bis das mobile Web seinen Siegeszug antreten würde. Beschränkte Übertragungsraten, zu kleine Displays, zu geringe Rechenleistungen und Speicherkapazitäten sowie eine mangelhafte Usability der Endgeräte dämpften jedoch die zu hohen, in den mTourism gesetzten Erwartungen. Mit der Entwicklung und großflächigen Durchdringung der Smartphones dürfte sich eine rasche Wende vollziehen und die ehemals getätigten Vorhersagen scheinen sich nun, wenngleich verspätet, zu bestätigen. Insbesondere der mobile Internetzugang sowie Location Based Services (LBS), also Dienste, welche abhängig von der geographischen Lage des Endgerätes ortsabhängige Informationen bereitstellen, gelten als zukunftsfruchtig. Neben dem Mobilfunk bieten Übertragungstechnologien wie RFID, NFC, GPS, Bluetooth, WLAN und WiMAX ein breites Spektrum im Einsatz mobiler Dienste und Services für den Tourismus. Unsere westlich orientierte Gesellschaft kann durchaus als Informations- bzw. Wissensgesellschaft bezeichnet werden und ist neben dem ihr inhärenten Informationsbedarf auch durch ein hohes Maß an Mobilität gekennzeichnet. Innerhalb weniger Jahre haben wir, alleine durch dessen Ermöglichung, ein gesteigertes Bedürfnis nach einer zeit- und ortsunabhängigen Informationsversorgung entwickelt. Gerade im touristischen Kontext ist der Bedarf nach ortssensitiven, relevanten und dahingehend aktuellen sowie nach Möglichkeit personalisierten Informationen augenscheinlich. Wer sich als Tourist an einem ihm bislang unbekanntem Ort aufhält, besitzt in der Regel ein Informationsdefizit. Während das Internet vor allem die Vor- und Nachreisephase unterstützt, sind Mobile Dienste und Services in der Lage, den Nutzer mit den nötigen „on-Trip-Informationen“ zu versorgen.

Wenngleich in der einschlägigen Literatur seit einigen Jahren vermehrt auf das Thema mTourism eingegangen wird – hier ist insbesondere auf die Proceedings der ENTER zu verweisen – und einiges an Diplomarbeiten und Dissertationen im Umfeld publiziert wurde, so fehlt dennoch ein Werk, welches die Bandbreite mobiler Technologien sowie deren Implementierung im Tourismus aufzeigt und spezielle Teilaspekte daraus genauer beleuchtet. Der Band ist in drei Überkapitel eingeteilt. Der Abschnitt theoretische Grundlagen und Konzepte vermittelt, wie der Titel schon sagt, theoretisches Basiswissen, wobei dieser weniger von einem technologischen, als vielmehr von einem sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Ansatz geleitet ist. Im Kapitel Prototypen und empirische Befunde werden Applikationen und Lösungen evaluiert, die für konkrete Anwendungsfälle entwickelt wurden. Den Abschluss bilden Fallbeispiele, die analytisch aufbereitet, Einblicke in, am Markt erfolgreich etablierte Systeme, erlauben. Die Publikation richtet sich damit an strategische Planer aus der Wirtschaft, die fundierte Aussagen zum mTourism suchen wie auch an Theoretiker und Studenten, welche einen wissenschaftlich orientierten Überblick über die Grundlagen des mTourism sowie dessen aktuelle Entwicklungen und Ausformungen gewinnen wollen. Unser Dank gilt insbesondere allen Autorinnen und Autoren, die mit ihren inhaltlichen Schwerpunkten die Grundstruktur des Bandes mit Leben erfüllt haben.