



*u<sup>b</sup>*

---

b  
UNIVERSITÄT  
BERN

## 5. Swiss E-Tourism Forum Raum erfahrbar machen – aber wie?

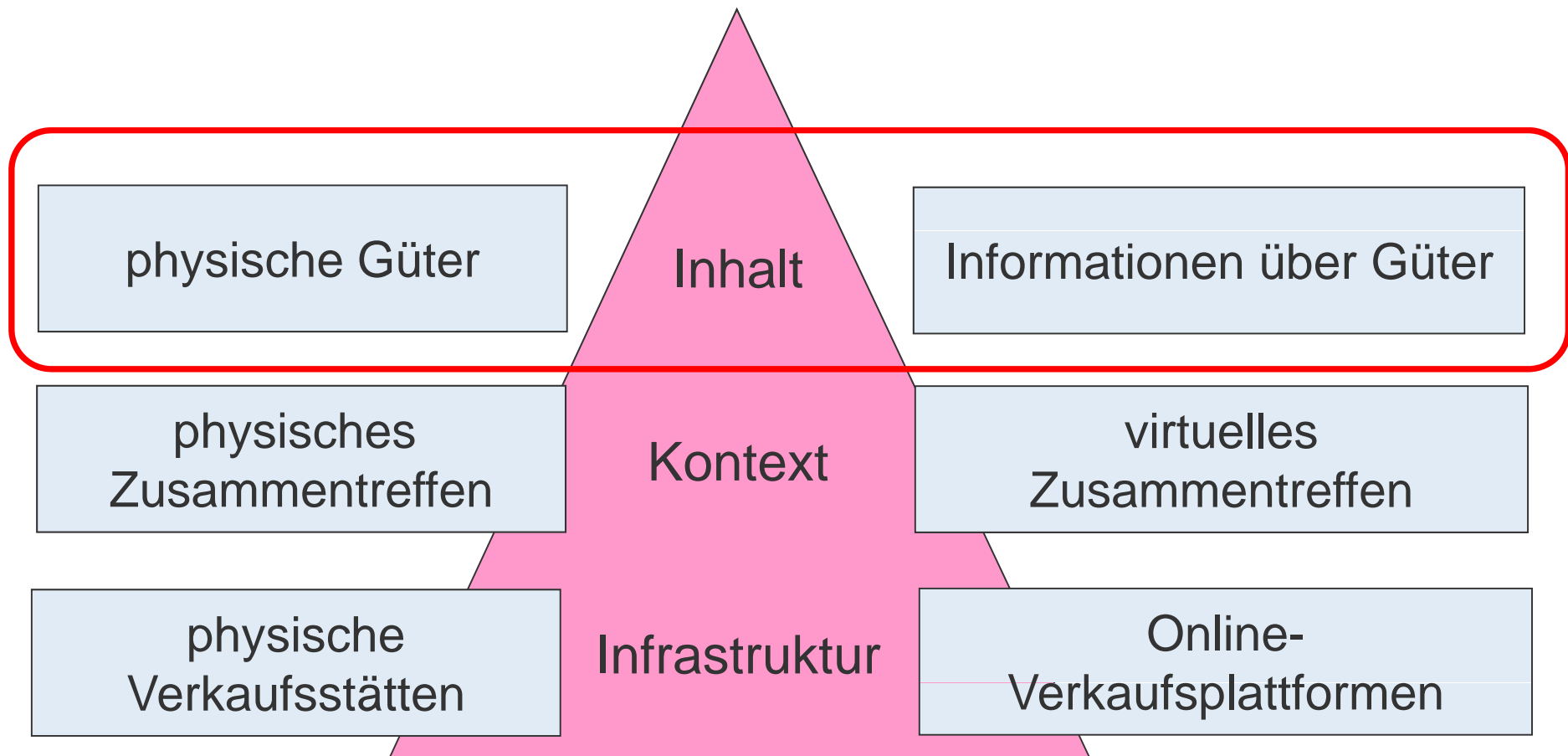
Prof. Thomas Myrach  
Universität Bern  
Institut für Wirtschaftsinformatik  
Informationsmanagement

# Vorstellung: IWI 2.0

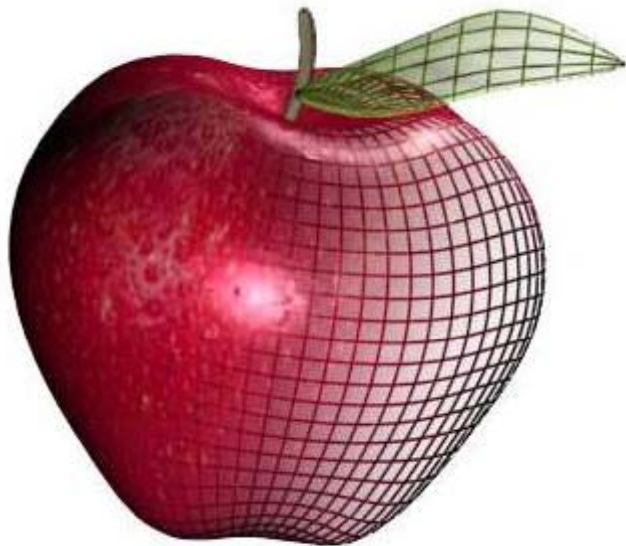


Ein Schwerpunkt  
unserer Arbeit  
ist die Vision des  
Electronic Business

# Commerce versus E-Commerce



## Produkteignung für den Internet-Verkauf



- > Im Internet kann ein Interessent ein Produkt nur indirekt erfahren.
- > Gleichzeitig bestehen eingeschränkte Beratungsmöglichkeiten.
- > Damit besteht ein Einschätzungsrisiko bezüglich der Produkteigenschaften.
- > Fragen bezüglich des Online-Verkaufskanals:
  - Welche Rolle spielt die Darstellung von Produkteigenschaften?
  - Lassen sich die Produkteigenschaften angemessen darstellen?

# Möglichkeit zur Beurteilung von Produkteigenschaften

Sucheigenschaften

Erfahrungseigenschaften

vor dem Kauf



nach dem Kauf

weder vor noch nach dem Kauf

Vertrauenseigenschaften

# Bemusterungsnotwendigkeit?



## Darstellung von Leistungsangeboten

- > Die Visualisierung von Produkten kann einen Einfluss auf die Produkteinschätzung haben.
  - Bilder
  - Bewegte Bilder (Videos)
  - 3D-Darstellungen
  - Animationen
  - Virtuelle Welten
- > Frage: Inwieweit lässt sich durch moderne Darstellungsmittel die Produkteinschätzung verbessern?

## Visualisierung bei Hotel-Dienstleistungen

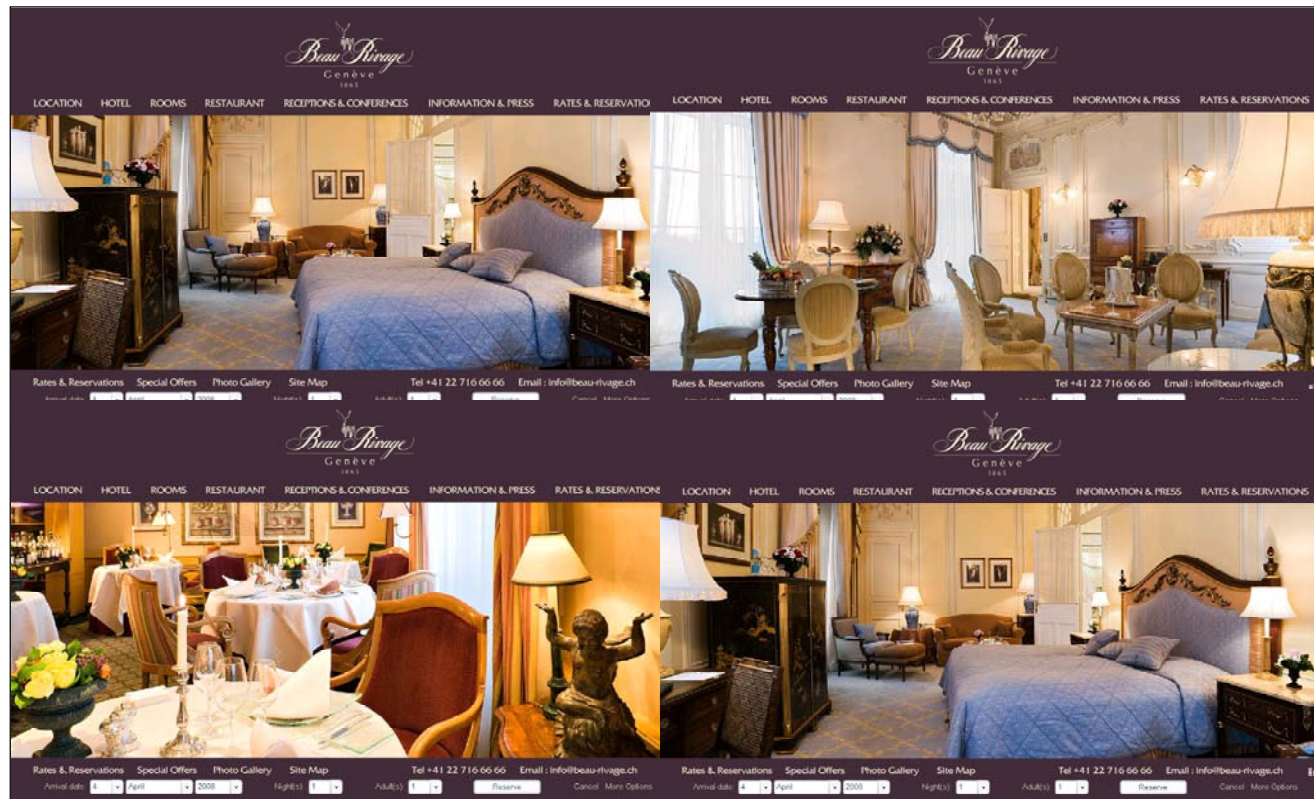
- > Durch visuelle Darstellungsformen können Hotels sich und ihre Umgebung (besser) vermitteln.
- > Interessenten erlangen damit einen besseren Eindruck von der Leistung, die sie erwartet.
- > Durch anschauliche Darstellungsformen erhält ein Interessent eine Art von Bemusterungsmöglichkeit.
  
- > Untersuchung der Darstellungsformen bei 86 5-Sterne-Superior und 5-Sterne-Hotels.
- > Untersuchungsgesamtheit: Liste auf [www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)
- > Arbeitsbericht: [www.tewi.ch/publikationen/2009.htm](http://www.tewi.ch/publikationen/2009.htm)

# Darstellungsformen im Web

- > Statisches Bild:
  - Momentaufnahme
  - Bestimmte Ausrichtung der Kamera
  - Fester Standort der Kamera
  - Genau ein Zeitpunkt
  - Oft mit Text und/oder Ton ergänzt
- > Verschieden Unterkategorien:
  - Isoliertes Bild
  - Diashow
  - Animiertes Bild

# Darstellungsformen im Web

## — Diashow



<http://www.beau-rivage.ch/uk/navigation.htm>

## Untersuchungsergebnis: Bilder

- > Fokussierung auf Bilder zur Präsentation zu beobachten
- > Alle Hotels verwenden Bilder
- > Diashows sind weit verbreitet und oft gut umgesetzt
- > Auch isolierte Bilder finden weite Verbreitung

# Darstellungsformen im Web

## > Film:

- Sequenz von Bildern (Abstand 18-25 Bilder pro Sekunde)
- Vermitteln den Eindruck von Bewegung
- Differenz zwischen einzelnen Bildern marginal (Unterschied zu Diashow)
- Oft neben Videospur auch Audiospur und Untertitel
- Abspielen durch Streaming im Browser oder durch Download in externem Player

# Darstellungsformen im Web

> Film:

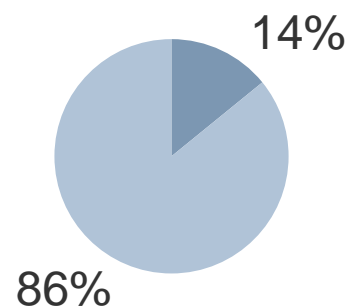


<http://www.palace.ch/en/gstaad-palace/movies/>

# Untersuchungsergebnis: Filme

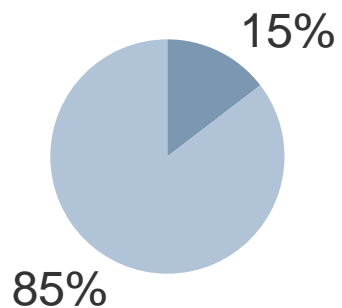
## Gesamt

■ Film ■ Kein Film



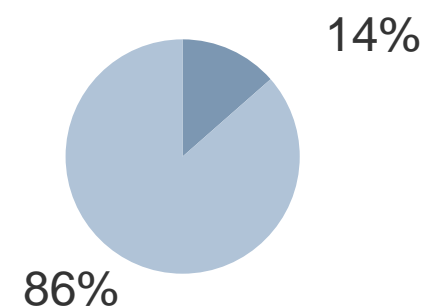
## 5-Sterne-Superior

■ Film ■ Kein Film



## 5-Sterne

■ Film ■ Kein Film

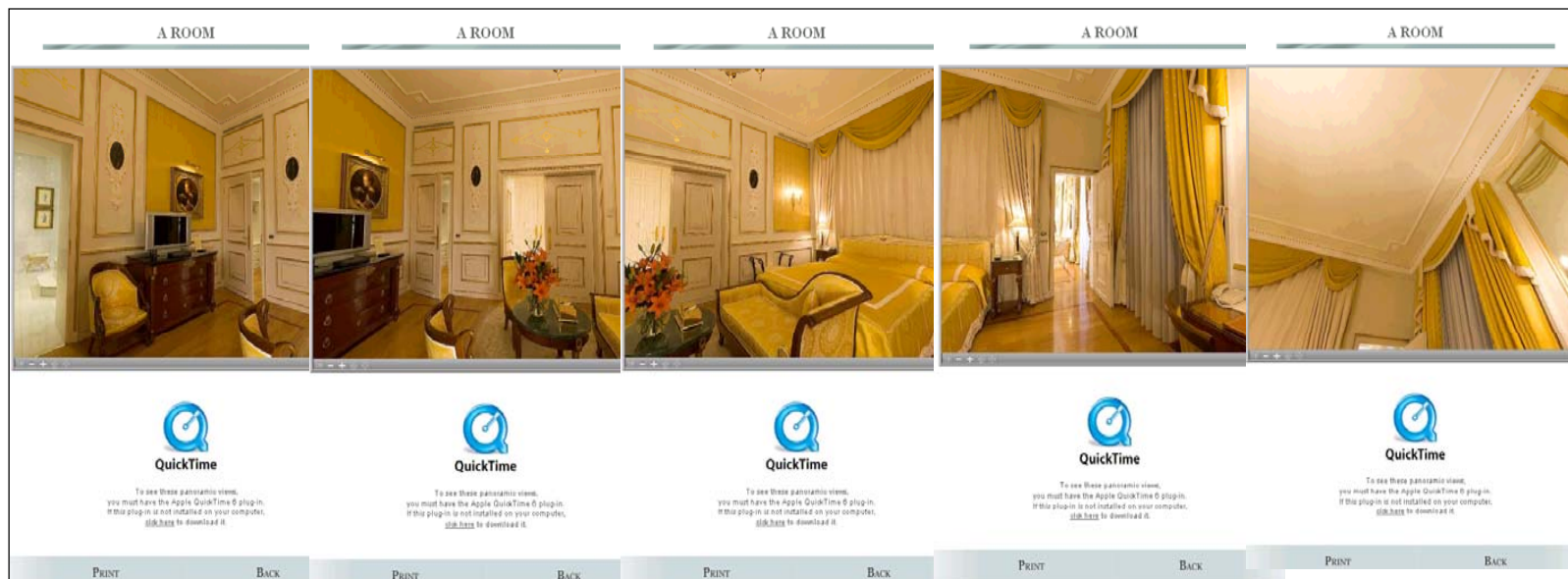


## Darstellungsformen im Web

- > 360°-Panorama:
  - Rundblick von einem erhöhten Punkt aus
  - Meistens aus mehreren statischen Bildern erzeugt → stitching
  - Mit spezieller Technologie werden Bilder des Raums auf die Innenseite eines Körpers projiziert z.B.:
    - Zylinder: nur horizontales Schwenken
    - Würfel: vertikal und horizontales Schwenken
  - Mit speziellen Playern können Körper mit Maus bewegt werden, dadurch kann man sich im Raum umsehen

# Darstellungsformen im Web

> 360°-Panorama:

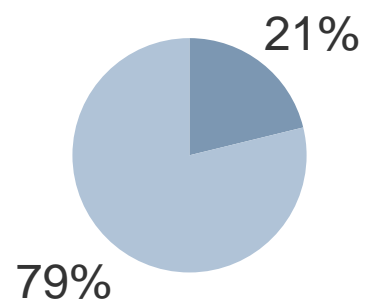


<http://www.brp.ch/visit/de/360-chambre.htm>

# Untersuchungsergebnis: Panorama

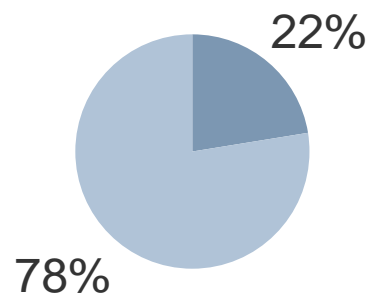
## Gesamt

■ Panorama ■ Kein Panorama



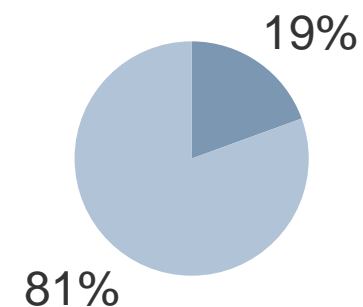
## 5-Sterne-Superior

■ Panorama ■ Kein Panorama



## 5-Sterne

■ Panorama ■ Kein Panorama

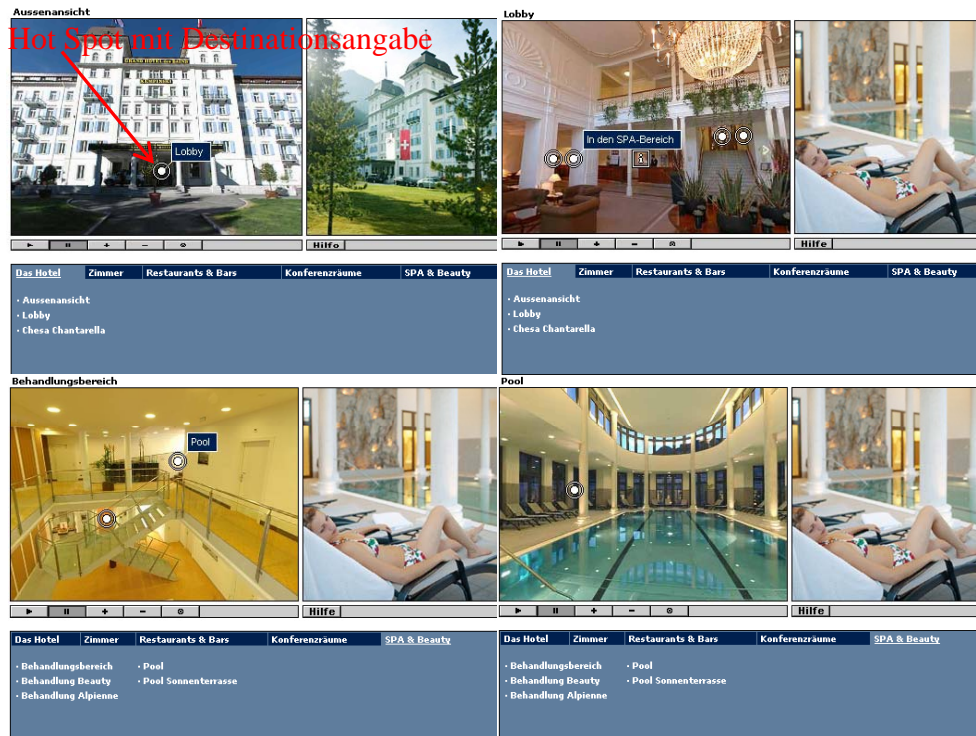


## Darstellungsformen im Web

- > Virtuelle Tour:
  - Gezielte Verknüpfung von Bildern oder 360°-Panoramen mit Hot Spots oder/und Lageplan
  - Typische Hot Spots: Türen, Durchgänge
  - Virtuelle Touren erlauben Vorstellung über Anordnung der Räume und Gelände → intuitives Bewegen

# Darstellungsformen im Web

## > Virtuelle Tour:



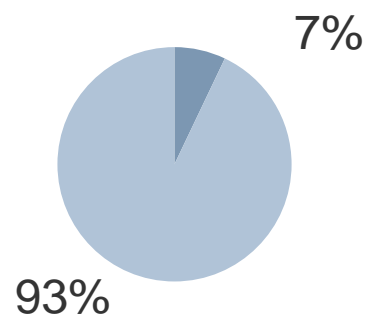
<http://www.kempinski-stmoritz.com/de/begehung/index.htm>

<http://www.zermatt.ch/riffelalp/d/panorama/>

# Untersuchungsergebnis: Virtuelle Tour

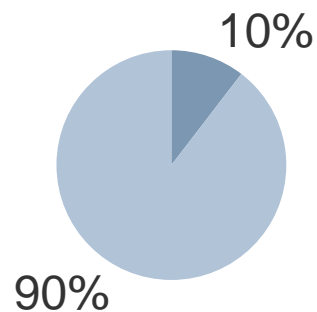
## Gesamt

■ Virtuelle Tour ■ Keine virtuelle Tour



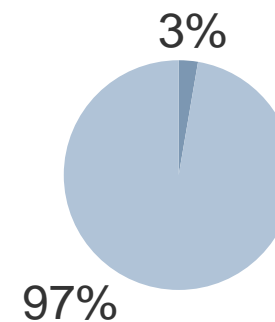
## 5-Sterne-Superior

■ Virtuelle Tour ■ Keine virtuelle Tour



## 5-Sterne

■ Virtuelle Tour ■ Keine virtuelle Tour

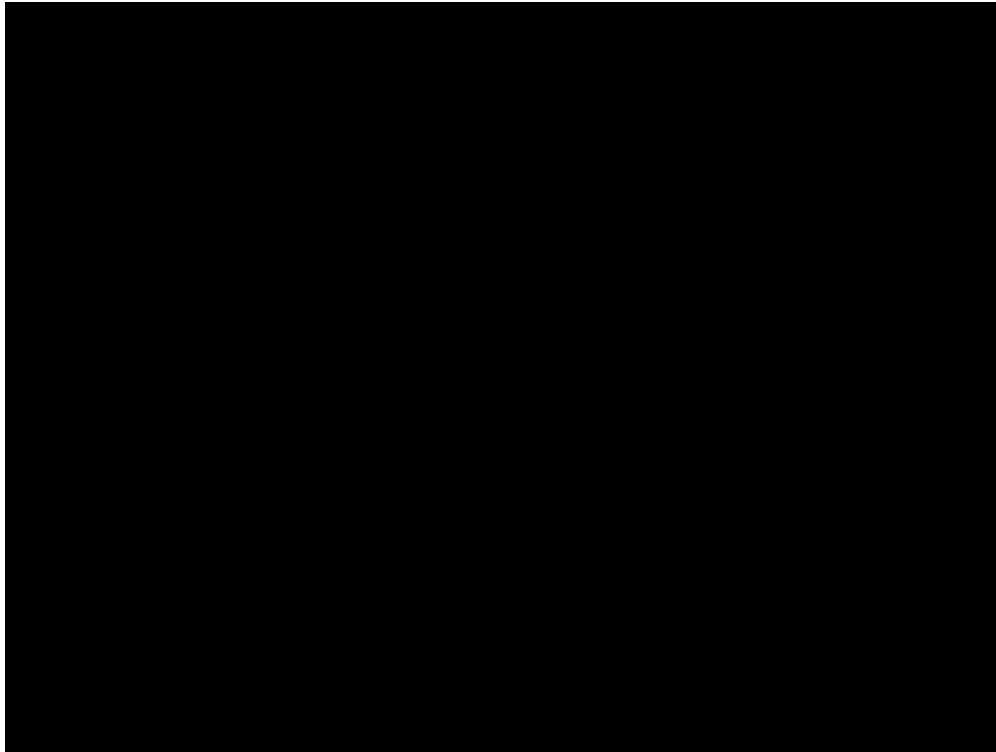


## Darstellungsformen im Web

- > Darstellung in 3D-Welten:
  - Darstellung von Gebäuden und Räumlichkeiten in 3D- Welten wie Second Life
  - Freie fließende Bewegung durch die Hotels wie vor Ort möglich
  - Erlaubt Vorstellung über Anordnung und die Grössenverhältnisse der Räumlichkeiten und Gelände

# Darstellungsformen im Web

> Darstellung in 3D-Welten:



## Zusammenfassung

- > Hohe Qualität der Tourismusbranche spiegelt sich nicht im Innovationsgrad der Darstellungsformen wieder.
- > Umsetzungsgrad der Darstellungsformen:
  - Bilder werden von allen Hotels verwendet
  - Panoramen von 20% eingesetzt
  - Filme von 15% verwendet
  - Virtuelle Touren nur von 7% eingesetzt
- > Reihenfolge lässt sich möglicherweise durch Produktionsaufwand erklären.
- > Nutzen der jeweiligen Darstellungsform unklar.