

Die Unternehmung

Swiss Journal of Business Research and Practice

Themenheft «Managing experiential co-creations in cooperative networks – Learnings from tourism»

Gastherausgeber: Thomas Bieger, Christian Laesser

Herausgegeben im
Auftrag der
Schweizerischen
Gesellschaft für
Betriebswirtschaft (SGB)
Société suisse de gestion
d'entreprise (SSG)

Herausgegeben von
Frauke von Bieberstein
Manfred Bruhn
Pascal Gantenbein
Markus Gmür
Klaus Möller
Günter Müller-Stewens
Margit Osterloh
Dieter Pfaff
Martin Wallmeier

1 2021
75. Jahrgang
Seite 1–119
ISSN 0042-059X



Nomos

Aus dem Inhalt

Stephan Bingemer and Ralf Vogler
Evolvement of ICT in Airline Distribution – Perspectives on Co-creation with IATA NDC and One Order

Benjamin Nanchen, Anyssia Bovier, Benoît Golay, Jérôme Salamin and Emmanuel Fragnière
Improving the Orchestration Resilience of a Smart Integrated Tourism Destination – A Case Study in the Swiss Alps

Christian Laesser und Thomas Bieger
Komplexität von Kaufentscheidungen im touristischen Kontext: Erkenntnisse für andere Dienstleistungsdomänen

Carolin Geyer, Nicole Stuber-Berries, Andreas Liebrich und Melanie Wyss
Regionale Datenkooperationen touristischer Leistungsträger – eine Antwort auf die Dominanz globaler Internetplattformen?

Hartwig Bohne
Kooperative Bildungsstrukturen zwischen der Hotellerie und der Wissenschaft als Erfolgsmodelle für Arbeitgebermarkenbildung und Mitarbeitergewinnung

Aristid Klumbies
Antezedenzen und Konsequenzen von angebotsseitig ausgelöstem Engagement: Die Beziehung von Destinationen und Zweitwohnungsbesitzenden

Herausgeber im Auftrag der SGB/SSG

Prof. Dr. **Frauke von Bieberstein**, Universität Bern
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. **Manfred Bruhn**, Universität Basel
Prof. Dr. **Pascal Gantenbein**, Universität Basel
Prof. Dr. **Markus Gmür**, Universität Fribourg
Prof. Dr. **Klaus Möller**, Universität St. Gallen
Prof. em. Dr. **Günter Müller-Stewens**, Universität St. Gallen
Prof. Dr. Dr. h.c. **Margit Osterloh**, em., Universität Zürich
Prof. Dr. **Dieter Pfaff**, Universität Zürich
Prof. Dr. **Martin Wallmeier**, Universität Fribourg

Geschäftsführender Herausgeber

Prof. Dr. **Klaus Möller**, Lehrstuhl für Controlling / Performance Management, Universität St. Gallen

Redaktionsanschrift: Janine Burghardt, Lehrstuhl für Controlling / Performance Management, Universität St. Gallen, ACA-HSG, Tigerbergstrasse 9, CH-9000 St. Gallen, E-Mail: janine.burghardt@unisg.ch

Beirat: Prof. Dr. Dr. **Ann-Kristin Achleitner**, Technische Universität München | Prof. Dr. **Luzi Hail**, The Wharton School, University of Pennsylvania | Prof. Dr. **Christian Homburg**, Universität Mannheim | Prof. Dr. **Lutz Kruschwitz**, Freie Universität Berlin | Prof. Dr. **Andreas Pfingsten**, Westfälische Wilhelms-Universität Münster | Prof. Dr. **Gilbert Probst**, Université de Genève | Prof. Dr. **Stefan Reichelstein**, Stanford Graduate School of Business | Prof. Dr. **Ralf Reichwald**, Technische Universität München | Prof. Dr. **Bernd Schmitt**, Columbia University

Inhalt

Introduction to the Special Issue 1

Thomas Bieger and Christian Laesser

Managing Experiential Co-creations in Cooperative Networks –
Learnings from Tourism 1

Beiträge

Stephan Bingemer and Ralf Vogler

Evolution of ICT in Airline Distribution –
Perspectives on Co-creation with IATA NDC and One Order 11

Benjamin Nanchen, Anyssia Bovier, Benoît Golay, Jérôme Salamin and Emmanuel Fragnière

Improving the Orchestration Resilience of a Smart Integrated Tourism Destination –
A Case Study in the Swiss Alps 24

Christian Laesser und Thomas Bieger

Komplexität von Kaufentscheidungen im touristischen Kontext:
Erkenntnisse für andere Dienstleistungsdomänen 43

<i>Carolin Geyer, Nicole Stuber-Berries, Andreas Liebrich und Melanie Wyss</i> Regionale Datenkooperationen touristischer Leistungsträger – eine Antwort auf die Dominanz globaler Internetplattformen?	61
<i>Hartwig Bohne</i> Kooperative Bildungsstrukturen zwischen der Hotellerie und der Wissenschaft als Erfolgsmodelle für Arbeitgebermarkenbildung und Mitarbeitergewinnung	76
<i>Aristid Klumbies</i> Antezedenzen und Konsequenzen von angebotsseitig ausgelöstem Engagement: Die Beziehung von Destinationen und Zweitwohnungsbesitzenden	96

Zukünftige Hefte

Call for Papers 3/2022	117
------------------------------	-----

Impressum

Druck und Verlag:

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
Waldseestraße 3-5, D-76530 Baden-Baden,
Telefon (07221) 2104-0/Fax (07221) 2104-27
E-Mail nomos@nomos.de

Anzeigen:

sales friendly, Verlagsdienstleistungen,
Pfaffenweg 15, 53227 Bonn,
Telefon 0228/978980, Telefax 0228/9789820,
E-Mail: roos@sales-friendly.de

Die Zeitschrift sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Eingeschlossen sind insbesondere auch das Recht zur Herstellung elektronischer Versionen und zur Einspeicherung in Datenbanken sowie das Recht zu deren Vervielfältigung und Verbreitung online oder offline ohne zusätzliche Vergütung. Nach Ablauf eines Jahres kann der Autor anderen Verlagen eine einfache Abdruckgenehmigung erteilen; das Recht an der elektronischen Version verbleibt beim Verlag. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeber/Redaktion oder des Verlages wieder. Unverlangt eingesendete Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Die Redaktion behält sich eine längere Prüfungsfrist vor. Eine Haftung bei Beschädigung oder Verlust wird nicht übernommen. Bei unverlangt zugesandten Rezensionen keine Garantie für Besprechung oder Rückgabe. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklä-

ren sich mit einer nicht sinnenstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

Erscheinungsweise: 4 Ausgaben pro Jahr

Bezugspreis 2021: Jahresabonnement incl. Onlinezugang (Privat) 116,- €, für Studierende (jährliche Vorlage einer Studienbescheinigung erforderlich) 64,- €; Institutionspreis incl. Onlinezugang 208,- €, Einzelheft 33,- €. Alle Preise verstehen sich incl. MwSt., zzgl. Vertriebskostenanteil 17,50 € (Inland), plus Direktbestellungsgebühr 1,65 € p.a.

Sonderbände, die zu diesem Titel erscheinen, werden den Abonnenten mit einem Vorzugspreis automatisch zugesandt und können bei Nichtgefallen zurückgegeben werden.

Bestellmöglichkeit: Bestellungen beim örtlichen Buchhandel oder direkt bei der Nomos Verlagsgesellschaft Baden-Baden

Kündigungsfrist: jeweils drei Monate vor Kalenderjahresende

Bankverbindung generell: Zahlungen jeweils im Voraus an Nomos Verlagsgesellschaft, Postbank Karlsruhe: BIC PBNKDEFF, IBAN DE07 6601 0075 0073 6367 51 oder Sparkasse Baden-Baden Gaggenau: BIC SOLADES1BAD, IBAN DE05 6625 0030 0005 0022 66

Internet: www.unternehmung.nomos.de

Der Nomos Verlag beachtet die Regeln des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. zur Verwendung von Buchrezensionen.

ISSN 0042-059X



Unterstützt durch die Schweizerische Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften
www.sagw.ch