

# INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis .....	1
Abbildungsverzeichnis .....	4
Vorwort.....	5
1 Share Economy – Entwicklung und Strukturen.....	9
2 Share Economy – Neue KonsumEinstellungen und verändertes Konsumverhalten (von <i>Nora S. Stampfl</i> ) .....	13
2.1 Communitys im Aufwind: Das Soziale wird neu definiert.....	15
2.2 Zugang statt Eigentum: Materieller Wohlstand ist nicht genug.....	19
2.3 Substanz statt Image: Hyperkonsumismus hat ausgedient.....	22
3 Share Economy im Tourismus.....	25
3.1 Geteilte Meinung – Bewertungsportale, Weblogs und Twitter.....	25
3.2 Geteilte Stimmung – Urlaubsbekanntschaften und Gruppenreisen.....	28
3.3 Geteilte Emotionen – gemeinsame Erlebnisse (von <i>Axel Dreyer</i> ).....	29
3.4 Geteiltes Leid – Reisen für Trauernde .....	32
3.5 Geteiltes Dach – Das eigene Ferien- oder Wochenendhaus .....	33
3.6 Geteiltes Bett – Couchsurfing.....	34
3.7 Geteiltes Auto – Car Sharing und Car Pooling .....	37
3.8 Geteilte Yacht – Hand gegen Koje .....	38
3.9 Geteiltes Rad – Leihfahrräder/ City Bikes (von <i>Axel Dreyer</i> ).....	39
3.10 Geteilter Schatz – Geocaching (von <i>Axel Dreyer</i> ).....	41
4 Übergang von der Share Economy zum Smart Tourism .....	42
4.1 Ursachen der Entwicklung.....	42
4.2 Unterschiede im Teilen zwischen Sach- und Dienstleistungen .....	44
4.3 Wortbedeutung des Begriffs Smart.....	48
4.4 Bisherige Verwendung des Begriffs Smart im Tourismus .....	49
4.5 Eigentlicher Wortsinn eines Smart Tourism .....	51
4.6 Herausforderungen für die Tourismuswirtschaft .....	57
4.7 Exkurs: Smart Cities .....	62
5 Produktentwicklungen im Smart Tourism .....	66
5.1 Social Seating .....	66
5.2 Smart Hotel .....	67
5.2.1 Grundlegendes .....	67
5.2.2 Kernleistung optimieren.....	68
5.2.3 Sharing-Optionen anbieten .....	69
5.2.4 Lokale Kooperationen.....	71
5.3 Smart Dining (von <i>Philipp Röder</i> ).....	72

5.4 Smart Cruising (von <i>Philipp Röder</i> ).....	84
5.4.1 Geteilte Kreuzfahrt-Meinungen – Bewertungsportale, Weblogs, Twitter und Co bei Kreuzfahrten .....	84
5.4.2 Mobile Cruising/ mCruising – Mobile Dienste bei Kreuzfahrten .....	86
5.4.3 Geteilte Kreuzfahrtstimmung – Kreuzfahrtbekanntschaften und Kreuzfahrtreisepartner .....	88
5.5 Smart Events (von <i>Philipp Röder</i> ) .....	90
6 Rechtliche Rahmenbedingungen des Couchsurfings (von <i>Hans-Gert Vogel</i> ) .....	108
6.1 Einführung.....	108
6.2 Rechtsverhältnis zwischen Portalbetreiber und Reisendem .....	110
5.2.1 Rechtsnatur des Vertrages .....	110
6.2.2 Zustandekommen und Verbraucherschutz .....	112
6.2.3 Vertragsinhalt und Haftung .....	114
6.3 Rechtsverhältnis zwischen Reisendem und Vermieter.....	115
6.3.1 Rechtsnatur des Vertrages .....	115
6.3.2 Zustandekommen und Verbraucherschutz .....	117
6.3.3 Vertragsinhalt und Haftung .....	118
6.3.4 Anwendbares Recht bei Unterkünften im Ausland .....	120
6.4 Rechtsverhältnis zwischen Vermieter und Portalbetreiber.....	121
6.5 Einzelfragen aus Vermietersicht.....	123
6.5.1 Gewerbeordnung .....	123
6.5.2 Zweckentfremdung von Wohnraum .....	124
6.5.3 Privates Wohnungsrecht.....	125
6.5.4 Melderecht.....	127
6.5.5 Tourismusabgaben – Insbesondere „Bettensteuer“ .....	128
6.6 Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.....	131
7 Folgen für die Tourismuswirtschaft.....	133
7.1 Veränderungen im Beherbergungsmarkt.....	133
7.1.1 Wandel der Betriebsformen.....	133
7.1.2 Reaktion der Destinationen .....	135
7.1.3 Reaktion der Beherbergungswirtschaft.....	137
7.2 Klassifizierungen.....	138
7.3 Tourismusstatistik .....	140
7.4 Tourismusabgaben und -steuern.....	143
7.5 Datenmanagement.....	146
7.6 Distributionssysteme im Tourismus.....	147

8 Kritisches Schlusswort .....	150
9 Quellen .....	152
9.1 Literatur .....	152
9.2 Internetquellen .....	160
9.3 Rechtsquellen und Rechtsprechung .....	163

**Hinweis:**

Wenn bei den Kapitelüberschriften kein Name angegeben ist, ist Martin Linne der Autor.