

Der Kunde "im Netz" - Webmarketing eröffnet neue Chancen

Utl.: Podiumsdiskussion am Stand der Österreich Werbung (ÖW) auf der ITB in Berlin =

Berlin/Wien (OTS) - Die Konkurrenz im Kampf um den Kunden wird auch im Internet zunehmend härter. Zimmerkontingente werden auf Ebay versteigert und virtuelle Buchungsmaschinen wie expedia.com versprechen Hoteliers weltweites E-Marketing auf Knopfdruck. "Das Netz ist da", sind sich die Touristik- und Internetexperten am Podium des ITB-Salons der Österreich Werbung (ÖW) in Berlin einig. Einig sind sie sich aber auch, dass die neuen Technologien den Reisebüroagenten nicht ersetzen werden.

Ist das Internet der einzig zukunftssträchtige Weg der Kundenansprache? Lösen Angebote in Ebay das klassische Last-Minute-Angebot ab? Sind Hoteliers den Ansprüchen im E-Marketing gewachsen? "Der Kunde im Netz - Gäste per Mausclick als Chance?" war das Thema der fünften und zugleich letzten Podiumsdiskussion im Salon, Freitagnachmittag, im Rahmen des Messeauftritts der ÖW auf der ITB in Berlin.

Dem Gast steht eine Fülle von Internetbuchungsplattformen zur Verfügung. "Expedia.com hat 90.000 Hotels, davon 300 aus Österreich, im Portfolio", weist Jens Uwe Parkitny, Geschäftsführer und Vizepräsident von Expedia Deutschland, hin. Auf Ebay können mittlerweile Hotelbetten und Kurzaufenthalte ersteigert werden, so Karim Lankarany, Senior Category Manager Reise bei Ebay GmbH. Und auch TUI betreibt ein Hotelportal, das in Zukunft auch Reisebüroagenten für Buchungen frei geschaltet werden soll.

Doch nicht nur der Gast, auch der Hotelier muss für das Medium Internet begeistert werden, denn Probleme mit der Technologie sind nach wie vor an der Tagesordnung. "Der Hotelier hat zum Teil keine Erfolge mit E-Marketing erzielen können", fasst Sören Kliemann, E-Marketing-Leiter der Österreich Werbung Deutschland die Erfahrungen zusammen. Es fehle manchmal noch am Bewusstsein, dass für erfolgreiches E-Marketing Energie, Wissen und Geld notwendig sind - so wie auch beim klassischen Prospekt, für den man einen professionellen Fotografen engagiert und teures Papier wählt.

Möglichkeiten für webbasiertes E-Marketing gibt es für den Hotelier mehr als genug. "Jeder Betrieb ist willkommen, seine Kontingente im TUI-Hotelportal einzuwarten", lädt Ralf Horten, Geschäftsführer TUI Deutschland GmbH, ein. "Einem Hotel mit einer starken Marke empfehle ich, sich auch im Internet einen Vertriebspartner mit einer starken Marke zu suchen und sich auf einen Kanal zu konzentrieren", so Horten. "Denn nur mit einer starken Partnerschaft kann man auch etwas bewegen."

"Wir träumen davon, dem Hotelier eine Software-Lösung zur Verfügung stellen zu können, die die verschiedenen Systeme der Buchungsmaschinen miteinander vernetzt. So einfache Lösungen sind aber noch nicht in Sicht", so Kliemann.

Trotz vermeintlich "bequemer" Technik muss der Gast nach wie vor mit Emotionen zur Buchung gelockt werden. Deshalb werden Buchungsplattformen auch mit Image fördernden Rundfunkspots beworben, und deshalb wird auch das Internet den Reisebüroagenten nicht ersetzen, so der Tenor auf dem Podium.

In eine ähnliche Kerbe schlägt Birgit Koller-Hartl, Regionsmanagerin der Österreich Werbung Deutschland. "Auch das klassische Prospekt wird nie sterben. Wir beobachten sogar, dass nach der erfolgten Buchung im Internet nach dem dazupassenden Prospekt gefragt wird. Die Österreich Werbung Deutschland geht den Weg, das Internet für die Schulung von Reisebüroagenten zu nutzen. Die "Austria-Web-Academy" dient dazu, das Produktwissen mit dem Destinationswissen zu verbinden, so Koller-Hartl. "Österreich ist insofern ein schwieriges touristisches Produkt, weil Österreich-Urlauber das Land sehr gut kennen, und an Agenten daher hohe Anforderungen bei den Beratungsgesprächen gestellt werden."

Im "Salon" am Stand der Österreich Werbung im Rahmen der ITB in Berlin diskutierten Meinungsbildner, Experten aus dem Tourismus und Menschen des öffentlichen Lebens Trends und innovative Branchenimpulse. Die Ausstellung "Einblicke. Storys & Angebote für Ihren Österreich-Urlaub" ist das zentrale Element des Österreich-Auftritts auf der ITB und zeigt "best of"-Beispiele des heimischen Tourismusangebots.

(S E R V I C E: Weitere Informationen Referenten und Veranstaltungen im Salon, zum Auftritt der Österreich Werbung auf der ITB sowie tagesaktuelle Fotos vom Messegesehen können Sie auf

unserer Homepage www.austria.info/itb im Pressebereich downloaden.)

Rückfragehinweis:

Österreich Werbung

Public Relations

Dr. Christa Lausenhammer

Tel.: 01/588 66-299

E-Mail: christa.lausenhammer@austria.info

*** TPT-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0246 2006-03-10/18:49

101849 Mär 06

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20060310_TPT0246