

Erfolgreicher Start für theALPS 2011



<http://www.apa-fotoservice.at/galerie/1443> Die Beteiligung des Weltmarktführers GOOGLE an der Auftaktveranstaltung von theALPS 2011 war ein starkes Zeichen der internationalen Innovationskraft dieses neuartigen Messeformates für den alpinen Tourismus. Dr. Karl Pall, Head of GOOGLE Austria, präsentierte exklusive Einblicke in das Suchverhalten relevanter Zielgruppen für den Alpentourismus.

Credit: theALPS/pro.media
Fotograf: theALPS/pro.media

Wattens (TP/OTS) - Knapp 300 Touristiker verfolgten am 5. Juni das Eröffnungssymposium des neuen Messe- und Netzwerkformats theALPS in den Kristallwelten Wattens, das sich unter dem Titel " Future Communication in Tourism presented by Google" den Fragen nach dem Wie, Warum und Wer der Digitalisierung widmete. Ausgerufen wurde das Ende des Massenmarketings. Das einhellige Fazit der hochkarätigen Vortragenden lautete klar: "Individualität siegt. Pauschales hat im digitalen Zeitalter ausgedient."

Mit Spannung erwartet war der Vortrag von Dr. Karl Pall, Head of GOOGLE Austria. Exklusiv für theALPS bot Pall erstmals Einblicke in das Suchverhalten von alpinen Urlaubsgästen und lieferte die Antwort auf die Frage, wo der Megatrend des Internets liege: "In der Suche: Und wenn man sich die Zahl von 3,6 Milliarden Suchanfragen pro Tag vor Augen führt, klingt das doch sehr spannend", so Österreichs Google-Chef. Mit zwei Milliarden Internet-Nutzern weltweit und einer Zahl an Smartphone-Nutzern, die schon 2012 weltweit die Zahl an PC-Nutzern überschreiten wird, hat Google einen Marktplatz, der unglaubliche Möglichkeiten bietet. Im gleichen Zug kündigte Pall an, den Alpendestinationen via Google-Suchanfrage-Analysen künftig genauere Daten zur Verfügung stellen zu können. "Mit diesen erstmals hier präsentierten Analysen haben wir einen Prototypen entwickelt, den wir in Kooperation mit theALPS in den kommenden Monaten verfeinern wollen."

Neben Dr. Karl Pall referierten im Zuge des hochkarätig besetzten Symposiums auch Arno Ebner, Swarovski Vice-President E-Business B2C in Zürich, Stefan Niemeyer und Michael Mrazek (GF) von NCM sowie

Georg Ziegler, Head of B2B Marketing der Plattform Holiday Check, der belegte, welchen Stellenwert Online-Plattformen im Zuge der Reise-Entscheidung einnehmen. 2001 waren es noch 15 Prozent, zehn Jahre später bereits stolze 49 Prozent, die vor einer Buchung zuerst das Internet befragen. Interessant war auch der Ausblick auf das von Holiday Check lancierte App, das dem Kunden erlaubt, direkt vor Ort sofort Eindrücke und Emotionen auf der Plattform wiederzugeben. Damit wird es den Gästen möglich, noch spontaner ihre Urlaubserlebnisse weiterzugeben.

Partner theALPS 2011 wird durch folgende Wirtschaftskooperationen und Partner unterstützt:

Tiscover, Doppelmayr, Raiffeisen, Austrian, ALPS, Google, Swarovski Kristallwelten, Europäische Reiseversicherung, HOGAST, Flughafen Innsbruck, Munich Airport sowie Salzburg Airport.

Weitere Infos:

http://www.tourismuspresse.at/redirect/pressezone.at_alps

Weitere Bilder abrufbar unter:

<http://www.apa-fotoservice.at/galerie/1443>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Pro.media
Kommunikation gmbh
Stefan Kröll
Kapuzinergasse 34a
6020 Innsbruck
Mobil 0664 / 525 88 68
promedia.kroell@pressezone.at

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/11401/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0004 2011-06-06/11:03

061103 Jun 11

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20110606_TPT0004