

Digitale Kommunikation war Thema des Vorarlberger Tourismusforums



Die Preisträger der "vorarlberg tourismus-Innovationen 2011" mit den Veranstalter.

Credit: Archiv Vorarlberg Tourismus
Fotograf: Lisa Mathis

Utl.: Wie man sich vom Kunden finden lässt =

Dornbirn (TP/OTS) - Rund 200 Gäste sind gestern, Dienstag, zum Vorarlberger Tourismusforum ins Travel Charme Ifen Hotel nach Hirschegg im Kleinwalsertal gekommen. Zentrales Thema war die Kommunikation mit den Gästen in der digitalen Welt. Marketing-Expertin Gabriele Schulze gab Anregungen, wie Gastgeber im Internet auf sich aufmerksam machen können. Der Vorarlberger Tourismusdirektor Mag. Christian Schützing forderte die touristischen Akteure im Land auf, noch enger zusammenzuarbeiten.

Bei der von Vorarlberg Tourismus GmbH, der Vorarlberger Landesregierung und den Vorarlberger Raiffeisenbanken organisierten Veranstaltung sprach sich der Vorarlberger Tourismusdirektor Mag. Christian Schützing für eine noch stärkere Zusammenarbeit der touristischen Akteure im Land aus: "Es muss uns gelingen, die verschiedenen Angebotsträger näher zusammenzuführen und noch besser miteinander zu vernetzen." Regionalität und Gastlichkeit sieht Schützing als die wesentlichen Erfolgsfaktoren für den Vorarlberger Tourismus. Der Tourismus in Vorarlberg sei gut aufgestellt, sagte Landesrat Mag. Karlheinz Rüdissler. Der vergangene Winter habe aber gezeigt, "dass der Tourismus kein Selbstläufer ist. Wir müssen engagiert weiterarbeiten, müssen die Qualität verbessern, müssen beim Kunden präsent sein."

"Wir sehen bei unseren Kunden aus dem Tourismus die Bereitschaft, auch weiterhin in Qualität zu investieren", führte Dr. Johannes Ortner, Firmenkunden-Vorstand der Raiffeisenlandesbank, aus.

Raiffeisen engagiere sich als Genossenschaft über die übliche Rolle einer Bank hinaus in der Region, betonte Ortner. Das zeige sich etwa an Projekten wie dem Travel Charme Ifen Hotel in Hirschegg, wo das Tourismusforum heuer stattfand. Die Investition von 38 Millionen Euro in diesen neuen 5-Sterne-Leitbetrieb sei "ein wichtiger Impuls für das ganze Kleinwalsertal".

Internetnutzer vertrauen den Empfehlungen ihrer Freunde

Als Referentin sprach beim diesjährigen Tourismusforum die Marketing-Expertin Gabriele Schulze aus Berlin. Sie hatte ihren Zuhörern interessante Zahlen mitgebracht: 80 Prozent der Reisenden suchen heute online nach Angeboten. Und 80 Prozent aller Kunden glauben eher ihren Freunden als den Anbietern. Diese beiden Tatsachen zeigen laut Gabriele Schulze, dass es für Gastgeber immer wichtiger wird, im Internet vertreten zu sein und auch aktiv dafür zu sorgen, dort gefunden zu werden.

"Wir stecken in einer Revolution" sagte die Marketing-Trainerin aus Berlin. Während das Internet der ersten Generation noch eine Einbahnstraßenkommunikation gewesen sei, habe sich das Internet der zweiten Generation zu einem Kommunikationsmedium entwickelt, das neue Chancen und Herausforderungen berge. Durch Angebote wie Facebook, Bewertungs- und Preisvergleichsportale erschließen sich den Nutzern neue Informationsquellen. "Die Menschen vertrauen den Empfehlungen ihrer Freunde oder der Gäste, die eigene Erfahrungen mit einem Hotel oder Restaurant weitergeben."

Im vergangenen Jahr hätten Gäste auf Bewertungsportalen in Deutschland rund 1,4 Millionen Bewertungen über ihre Gastgeber abgegeben, berichtete Gabriele Schulze. Und 80 Prozent dieser Kommentare waren positiv. Hoteliers bräuchten also keine Angst vor der neuen Entwicklung zu haben, betont die Marketingexpertin. Wichtig sei jedoch, sie zu nutzen.

Wer von Google nicht gefunden wird, ist unsichtbar

"Wer von Google nicht gefunden wird, ist für einen größer werdenden Markt unsichtbar", gab Schulze ihren Zuhörern mit auf den Weg. "Ihr Internetauftritt muss das, was Sie gut machen, rüberbringen, damit die Leute es finden." Ihre Empfehlungen: Schon im Name der Internetadresse sollten für Gäste wichtige Stichworte wie zum Beispiel "Tagung" vorkommen. Das erhöhe die Trefferquote bei

Suchmaschinen. Ebenfalls relevant für den Listenplatz bei Google sei die Verweildauer der User auf der jeweiligen Seite. Das heißt, die Seite sollte so attraktiv gestaltet sein, dass der Nutzer nicht gleich wieder weiterklickt.

Auch Inhalte von Kunden und Gästen seien wichtig, so Schulze: Diese sollten zum Beispiel die Möglichkeit haben, ihre eigenen Bilder und Videos hochzuladen. Nicht zuletzt sollte es auf der Homepage die Möglichkeit geben, direkt zu kaufen. Das heißt, mit wenigen Klicks zur Buchung zu gelangen. "Google verdient mit, wenn durch seine Suchergebnisse auf ein Angebot geklickt wird", erklärte sie. Schulzes Rat an alle, die im Tourismus tätig sind: "Machen Sie sich mit diesen Funktionen vertraut. Wer seinen Kunden noch sucht, hat noch kein Konzept, sich finden zu lassen."

"vorarlberger tourismus-innovationen 2011" vergeben

Im Rahmen des Vorarlberger Tourismusforums hat die Vorarlberg Tourismus GmbH auch innovative Tourismusprojekte aus Vorarlberg ausgezeichnet.

Ein Hauptpreis (2000 Euro und Innovations-Award) ging jeweils an das Kooperationsprojekt "berge hören" der Bludenz Kultur gGmbH und der Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH sowie an die private Initiative "Frau Kaufmann kocht". Beim Projekt berge.hören wurden Kultur- und Genusswanderungen mit Künstlern angeboten. "Frau Kaufmann kocht" ist eine Kochschule, die handwerkliche und geschmackliche Fähigkeiten der regionalen Küche vermittelt.

Einen Anerkennungspreis (eine Urkunde und 1000 Euro) überreichte die Jury an das Hotel Schwanen in Bizau für die "überlegte und konsequent realisierte Transformation eines Landgasthofs zu einem Hotel mit regionaler, gesundheitsorientierter Küche auf hohem Niveau". Ebenfalls einen Anerkennungspreis (eine Urkunde und 1000 Euro) erhielt das Hotel Krone in Au für sein außergewöhnliches Kundenbindungsprogramm, verbunden mit der Vermittlung von Lebenskultur.

Der Sonderpreis (ein Award und 2000 Euro Preisgeld) geht an das Festspiel- und Kongresshaus Bregenz für sein Engagement, nachhaltiges Denken und Handeln als tragende Säule der regionalen Wertschöpfung im Kultur- und Kongresstourismus zu implementieren.

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

Rückfragehinweis:

Markus Dietrich

Leitung Kommunikation

Tel.: +43 (0)5572 37 70 33-26

markus.dietrich@vorarlberg.travel

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4016/aom>

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

TPT0005 2011-06-22/11:42

221142 Jun 11

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20110622_TPT0005