

Tourismus im Daten-Cockpit der Cyberwelt



<http://www.apa-fotoservice.at/galerie/2926> Unter dem Titel "Beyond Booking - Vernetzte Produkte sind mehr wert" suchte die Tourismus Community Austria (TCA) am Mittwoch, 2. Mai 2012, im Haus der Musik nach Synergien und Potenzialen, um den österreichischen Tourismus mitsamt seinen Regionen, Marken und Produkten zu stärken. Key Note Speaker Peter Post (Scholz & Volkmer, Deutschland) zeigte anhand zahlreicher Case Studies Möglichkeiten der digitalen Vernetzung von Produkten.

Credit: APA-Fotoservice/Preiss
Fotograf: Thomas Preiss



Zahlreiche Gäste aus der Tourismus- und Kommunikationsbranche trafen einander im Haus der Musik bei der 4. Tourismus Community Austria (TCA). Unter dem Titel "Beyond Booking - Vernetzte Produkte sind mehr wert" suchte die Branche am Mittwoch, 2. Mai 2012, nach Synergien und Potenzialen, um den österreichischen Tourismus mitsamt seinen Regionen, Marken und Produkten zu stärken.

Credit: APA-Fotoservice/Preiss
Fotograf: Thomas Preiss



Das Podium: v.l.n.r. Thomas Karabaczek (APA-Austria Presse Agentur, Moderation), Peter Post (Scholz & Volkmer, Key Note Speaker), Norbert Kettner (WienTourismus), Markus Lassnig (Salzburg Research Forschungsgesellschaft) und Michael Anfang (Hotel Edelweiß & Gurgl, Obergurgl)

Credit: APA-Fotoservice/Preiss
Fotograf: Thomas Preiss

Utl.: Tourismus Community Austria diskutierte am 2. Mai 2012 im Wiener Haus der Musik die Chancen und Herausforderungen einer vernetzten Produktwelt =

Wien (TP/OTS) - Bereits zum vierten Mal traf sich die Tourismus Community Austria, diesmal im Haus der Musik in Wien, um sich mit Fragen der intelligenten Produktvernetzung und des Aufbaus virtueller Gemeinschaften im Cyberspace auseinanderzusetzen. Rund 100 Personen folgten zunächst dem spannenden Vortrag von Peter Post, der als Geschäftsführer der größten inhabergeführten Multimediaagentur Deutschlands, Scholz & Volkmer, den "state of the art" der Konsumwelt

präsentierte: Turnschuhe, die mit iPods sprechen; Autos, die mit Ampeln kommunizieren; Pflanzen, die twittern, wenn sie Wasser benötigen. Längst sind Information und Kaufoption im Netz nicht genug. Vernetzte Produkte nützen das Kommunikationsbedürfnis und den Spieltrieb des Menschen, schaffen über Communities Kundenbindung und passen sich an die laufend ändernden Bedürfnisse an. "Nicht nur Produkte kann man vernetzen, sondern auch Erlebnisse", ist Peter Post überzeugt, "die Zukunft liegt darin, dass Menschen Spuren im Web hinterlassen wollen, das ist eine Chance für Unternehmer, vor allem auch im Tourismus."

Zwtl.: Technologien stimulieren Produktinnovation

Moderiert von APA-Wirtschaftsressortleiter Thomas Karabaczek diskutierten im Anschluss Norbert Kettner, Direktor von WienTourismus, Markus Lassnig, e-Tourism Experte der Salzburg Research Forschungsgesellschaft, und Michael Anfang, Hotel Edelweiss & Gurgl in Obergurgl. Einig war sich die Podiumsrunde darin, dass die neuen Technologien und die damit verbundenen Kommunikationsmöglichkeiten nicht nur Chancen für den Tourismus darstellen, sondern sich auch verändernd auf das Produkt auswirken. "Wir müssen uns schon die Frage stellen, ob wir als Destinationen nicht zu träge für den Fortschritt sind", so ein kritischer Einwurf von Norbert Kettner, "die wahren Treiber sind die Markenartikel. Wir lassen uns unser Produkt noch zu sehr von anderen definieren." Marketingfachmann Michael Anfang plädierte für mehr Qualität: "Wir laden immer mehr Inhalte ins Netz und überschütten den Gast mit Information. Die Kunst besteht aber darin, die richtige Information für die Gäste zugänglich zu machen." Markus Lassnig warnte davor, sich von den neuen Technologien blind treiben zu lassen. Genauso gefährlich sei es aber auch, die Welt der "digital natives" komplett zu ignorieren: "Die digitalen Technologien sind neue Mittel zum Zweck, vieles davon ist von der Idee her nicht neu, wird heute nur anders umgesetzt. Was früher die Wandernadel war, ist heute eine App zur Messung der Wanderleistung."

Im Tourismus, der stark an Menschen mit ihren Erlebnissen und Emotionen anknüpft, können intelligente Produktvernetzung und virtuelle Gemeinschaften Innovationen stimulieren, die Kundenbindung stärken und die Wertschöpfung erhöhen, so das Resümee von Peter Post. Eine wesentliche Herausforderung nannte Praktiker Michael Anfang: "Der Hotelier hat genug zu tun, das heißt, die digitale Vernetzung der Produkte muss gemeinsam erfolgen!"

Zwtl.: Tourismus Community Austria (TCA)

Die TCA ist eine unabhängige professionelle Plattform für innovativ denkende und handelnde Touristiker. Im Rahmen der Initiative können die Teilnehmer und Partner umfassenden Gedankenaustausch pflegen, Netzwerkkontakte knüpfen und sich mit wichtigen Zukunftsthemen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft auseinandersetzen. Die Tourismus Community Austria ist ein gemeinsames Projekt der APA-OTS Tourismuspresse und der pro.media kommunikation und wird von den Partnern der TCA - Österreich Werbung, WKÖ-Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, Kohl & Partner, Tirol Werbung und Österreichische Hotelierversammlung - unterstützt. Weitere Informationen unter: www.tourismuscommunity.at

Die nächste Veranstaltung der Tourismus Community Austria findet am 20. Juni 2012 wieder im Haus der Musik in Wien statt.

Weitere Bilder unter: <http://www.apa-fotoservice.at/galerie/2926>

Anhänge zu dieser Aussendung finden Sie als Verknüpfung im AOM / Originaltext-Service sowie im Volltext der Aussendung auf <http://www.ots.at>

Rückfragehinweis:

Barbara Rauchwarter
Leitung Marketing & Kommunikation
APA - Austria Presse Agentur
Tel.: +43 (0)1 360 60-5700
<mailto:barbara.rauchwarter@apa.at>
<http://www.apa.at>
<http://www.tourismuscommunity.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3792/aom>

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

TPT0006 2012-05-03/12:23

031223 Mai 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120503_TPT0006