

Bregenzerwald: Über 13 % Konversion bei Online-Kampagne



Immer mehr Gäste kommen über das Internet in den Bregenzerwald.

Credit: Tourismusverband Bregenzerwald
Fotograf: Andreas Riedmiller

Utl.: Überdurchschnittliche Erfolgsquoten erreicht Tiscover beim Online-Marketing für Destinationen. Die Winterkampagne für den Bregenzerwald erzielte eine Konversion von 13 %. =

Innsbruck (TP/OTS) - Ohne Internet läuft längst auch im touristischen Marketing-Mix nichts mehr. Im Schnitt investieren die heimischen Tourismusorganisationen ein Drittel ihres Marketingbudgets online, zukünftig soll es noch mehr werden. Dass Online-Werbung wirkt, zeigt die jüngst präsentierte Kampagnenbilanz der Tiscover Destination Marketing-Abteilung. Für die Wintersaison 2011/12 entwickelte das Team aus Marketingexperten, Touristikern und Webspezialisten unter anderem eine Kampagne für den Tourismusverband Bregenzerwald. Das Ergebnis übertraf die Erwartungen des Auftraggebers bei weitem. "13 % aller Besucher unserer Kampagnenseite haben eine Buchungsanfrage abgeschickt. Das ist ein wirklich sehr guter Wert!", freut sich Herlinde Moosbrugger, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Bregenzerwald. Ähnlich zufriedenstellend verlief die Online-Wintersaison auch für die Tourismusregion St. Anton am Arlberg. Hier konnten die von Tiscover geplanten Internet-Aktivitäten eine Konversionsrate von über 9 % erzielen.

Zwtl.: Google allein reicht nicht

Derzeit arbeitet das Tiscover-Team an den Sommerkampagnen für das Zillertal, Saalbach Hinterglemm, Seefeld und Bayern Tourismus. Jede Kampagne wird individuell auf die Zielgruppen ausgerichtet und auf die unterschiedlichen Phasen der Urlaubssuche und -buchung abgestimmt. Geschaltet wird Banner- und Display-Werbung auf Google,

Facebook, verschiedenen Themen-Sites und Tiscover.com. Tiscover Geschäftsführer Konrad Plankensteiner fasst das Erfolgsrezept zusammen: "Irgendwelchen Traffic zu erzeugen ist einfach. Aber die richtigen Gäste zum richtigen Zeitpunkt anzusprechen und zu halten, das ist die Kunst." Plankensteiner sieht aber auch die Destinationen gefordert: "Die Gäste buchen immer kurzfristiger. Das Internet gibt den Regionen die Möglichkeit, zeitnah auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen zu reagieren und das Angebot immer wieder entsprechend anzupassen. Hier ist noch viel Potential vorhanden", so der Tiscover Geschäftsführer.

Zwtl.: Tiscover Facts

Tiscover mit Hauptsitz in Innsbruck, Tirol, wurde 1991 gegründet und entwickelte das erste elektronische Tourismus Informations-System Österreichs. 1995 wurde TIS@WEB, eine der ersten Reisewebsites weltweit, freigeschaltet. Heute ist die Tiscover GmbH Teil der in Köln ansässigen HRS - HOTEL RESERVATION SERVICE Robert Ragge GmbH. www.tiscover.com, das Urlaubsportal für den Alpenraum, bietet rund 25.000 buchbare Unterkünfte und zählt zu den weltweit erfolgreichsten Reisewebsites.

Weitere Informationen auf www.tiscover.com.

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

Rückfragehinweis:

Tiscover GmbH
Maria-Theresien-Strasse 55-57
6010 Innsbruck, Austria

Pressekontakt:
Claudia Bär
Tel.: +43 0699 15351 625
Fax: +43 512 5351 601
Email: claudia.baer@tiscover.com
www.tiscover.com

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3666/aom>

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

TPT0001 2012-05-31/08:44

310844 Mai 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120531_TPT0001