

## Der Sherpa-Effekt - oder was ist eigentlich Innovation?



Seriöse e-Tourismus-Experten orten Etikettenschwindel bei der derzeitigen Innovationsflut: "Der e-Commerce ist um Lichtjahre voraus - Nachmachen ist keine Innovation!" Hendrik Maat, CEO bei easybooking - zadego GmbH, Wegbereiter und Trendsetter des e-Tourismus von Anfang an.

Credit: easybooking  
Fotograf: Foto Hofer

Innsbruck (TP/OTS) - easybooking, das innovativste Unternehmen überhaupt. So könnte man schreiben. Aber sollte man das tun? Innovationen sind wichtig, um den Markt weiterzubringen. Die momentane Flut an Meldungen über angebliche Innovationen tut leider nur eines: verwirren.

Beispiele gibt es zur Genüge: Da feiert ein Unternehmen als "neueste Innovation" den "Homepage-Baukasten" für Hotels. Kaum eine Woche später preist man aus derselben Ecke die HRS-Anbindung an und profiliert sich damit als "führendes e-Tourismus Unternehmen im deutschen Sprachraum". Abgesehen vom wettbewerbswidrigen Charakter dieser Aussage fehlt ihr die Grundlage - vor allem, wenn man den Begriff "e-Tourismus" auf Wikipedia mal nachliest.

Dazu häufen sich neuerdings Meldungen über "innovative Gutscheine". Auch die Integrierung von Buchungsmaschinen in Facebook etikettiert man gerne als "innovativ". Channelmanager innovativ? Wie glauben Sie kommen die Angebote der Online-Shops auf Preissuchmaschinen wie Idealo oder Geizhals? Überhaupt inszeniert sich der e-Tourismus als die wohl größte Innovation seit der Innovation Internet selbst. Und während wir uns kräftig auf die Brust klopfen, laufen uns große Portale wie booking.com mit den Buchungen davon.

Lassen wir die Kirche im Dorf: Innovation steht für Erneuerung und leitet sich vom lateinischen Verb innovare her. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird der Begriff unspezifisch im Sinne von neuen Ideen und Erfindungen und deren wirtschaftliche Umsetzung verwendet.

Und so nimmt easybooking Stellung: Webseitenbaukasten? Bei easybooking seit 5 Jahren im Angebot, aber 1&1, Joomla, Templatemonster & Co werben damit seit mindestens 10 Jahren. HRS Anbindung? Das ist keine Innovation, sondern eine Hausaufgabe. easybooking liefert seinen Kunden seit über einem Jahr die Buchbarkeit auf Tiscover, HRS, Hotels.de. Online-Gutscheine? Erschienen mit den ersten Online-Shops im Jahre 2001. Buchbarkeit auf Facebook? Ja, das war eine Neuigkeit von easybooking im Jahr 2010. Eine Innovation war es trotzdem nicht, bereits 2009 kamen die ersten Online-Shops auf Facebook.

easybooking hat vor einiger Zeit "neue" Zahlungsmöglichkeiten ins Buchungstool integriert, PayPal und Sofortüberweisung, und diese erstmals im Tourismus eingeführt. Ist das eine Innovation? Nein - easybooking setzt damit aber sehr wohl einen neuen Standard in der Online-Zimmerbuchung. Wir sind schon gespannt wie lange es dauert, bis ein anderes Unternehmen sich damit als "innovativ" brüstet.

Was lernen wir daraus? Es ist schon in Ordnung, wenn verschiedene Online-Buchungstools oder Channelmanager die eine oder andere Funktion entwickeln. Sie aber gleich als Innovationen zu titulieren ist einfach nur peinlich. Wie wenn sich Himalaja-Touristen von Sherpas auf den Everest tragen und sich dann als Achttausender-Bezwinger feiern lassen. Die Sherpas waren schon tausendmal dort. Und der e-Commerce ist dem e-Tourismus Lichtjahre voraus. Wer im e-Tourismus vorankommen will, sollte sich nicht bei jeder kopierten Innovation vor Selbstlob überschlagen und sich darüber zu profilieren versuchen, sondern diskret veröffentlichen und hoffen, die Kunden nehmen uns nicht allzu übel, dass es so lange gedauert hat, das nachzubauen.

Hendrik Maat blickt auf 21 Jahre Erfahrung im Tourismus zurück, als Tour Operator, Outdoor-Unternehmer und ab 2003 mit einem ersten EDV-Unternehmen mit Werbeagentur. Es gelang ihm, große Namen wie Johann Lafer, Redcoon, The Rolling Stones, Nena und Relais&Chateaux nach Österreich zu holen. Das Produkt easybooking entwickelte er bereits 2006 und ist damit seit über 8 Jahren Vorreiter und Trendsetter bei Softwarelösungen für Vermieter. Maat: "Schon früh erkannte ich, was die Menschen im Tourismus bewegt - sowohl die Gäste als auch die Gastgeber. Immer schon wurde Kundenorientierung als erstes Gebot in meinen Firmen gelebt. Heute bin ich stolz auf ein Team von über 50 Mitarbeitern, die gemeinsam dem Tourismus helfen, die tagtäglichen Aufgaben ein bisschen zu erleichtern."

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

~

Rückfragehinweis:

zadego GmbH

Mag. Manuela Eder

Marketing Manager

Tel.: +43 5 080907

<mailto:marketing@easybooking.at>

[www.easybooking.at](http://www.easybooking.at)

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/8310/aom>

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

TPT0003 2014-10-15/11:53

151153 Okt 14

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20141015\\_TPT0003](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20141015_TPT0003)