

## Datenallianz für Österreichs Tourismus



Beim diesjährigen BÖTM Top-Seminar in Wien diskutierten über 90 Tourismusmanager und Experten darüber, welche Rolle Destinationen im Zeitalter der Digitalisierung künftig einnehmen.

Credit: Gabriele Griesenböck  
Fotograf: Gabriele Griesenböck

Utl.: Big Data und digitale Strategien sorgten beim Treffen der Österreichischen Tourismusmanager (BÖTM) in Wien für Diskussionsstoff. =

Wien (OTS) - Die Digitalisierung zeigt ihre Auswirkungen auch in der Tourismusbranche. Durch neue Medien und Technologien ist das Suchverhalten der Reisenden um ein Vielfaches komplexer geworden. Früher ging man ins Reisebüro. Heute wird im Reise-Segment jede zweite Suchanfrage über mobile Geräte getätigt. „Urlaubsideen entstehen durch unzählige Inspirationen, die man überall im Netz findet“, meint Maximiliane Gläsle von Google. Ob das Strandfoto auf Instagram, das Kurzvideo von der Skipiste oder die Rikscha-Fahrt im Reiseblog - jeder kann mit seinem Content die Initialzündung zur wohlverdienten Auszeit geben. Das stellt Tourismusregionen vor neue Herausforderungen, denn der von Usern generierte Inhalt entsteht nicht in den Tourismusbüros. Große Anbieter wie Google oder Tripadvisor generieren ihren Content selbständig und das sehr schnell. Beim diesjährigen BÖTM Top-Seminar in Wien diskutierten über 90 Tourismusmanager und Experten darüber, welche Rolle den Destinationen vor diesem Hintergrund künftig zukommt. Einig war man sich darüber, dass sich der Österreichische Tourismus nur vereint dem Wandel stellen kann. Die Datenallianz zwischen der Österreich Werbung und den Tourismusregionen scheint in realistische Nähe gerückt zu sein.

„Die Tourismusbranche ist im Digitalprozess weit vorne gereiht“, so die Marketing-Expertin Silvia Danne. Man müsse sich nicht neu erfinden, aber manche Geschäftsmodelle seien zu überdenken. Bis zum

Jahr 2025 wird laut der Expertin die Customer Journey zu 100 Prozent digital ablaufen. Die Devise lautet: flexibles Marketing statt verplanter Marketingbudgets. Dazu brauche es aber Daten, die es dem Tourismus erlauben, sofort reagieren zu können.

Für Gernot Riedel, Geschäftsführer der Region St. Johann in Tirol, stellt sich die Frage, wie man aus analogem Stroh digitales Gold spinnen soll. Denn noch sei die Vernetzung innerhalb der Branche nicht gegeben. „Wir jammern zwar alle, dass uns Google und Co völlig überholt haben, aber wir denken noch immer in Regionsgrenzen“, sagt Gernot Riedel. Für ihn steht eine Bündelung der Mittel außer Frage. „Österreich hat 1700 Tourismusorganisationen mit gleich vielen Schnittstellen. Hier kann man effizienter arbeiten.“

Gemeinsame Branchenstandards in der digitalen Kommunikation sind auch für Petra Stolba, die Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), eine Grundlage für den individuellen Erfolg der Destinationen. „Die globalen Webplattformen wie Facebook, Amazon oder Google sollen nicht die einzigen sein, die aus unseren Daten lernen. Das müssen wir in Zukunft selbst auch machen, um eine gewisse Eigenständigkeit zu bewahren“, so Petra Stolba. Bis dato erhebt jedes Bundesland seine eigenen Daten. In Zukunft soll es eine österreichweite Datenallianz geben. Ein erstes Pilotprojekt ist ein brancheneigenes AdServer-Netzwerk. Dabei werden über Organisationsgrenzen hinweg, Online-Verhaltensdaten der User anonym analysiert und Marketingmaßnahmen optimiert. Ein anderes Pilotprojekt befasst sich mit der österreichweiten Visualisierung von Buchungsanfragen in Echtzeit. Weitere Projekte wie Lernallianzen und ein Innovationslabor stehen auf der Agenda der ÖW.

Mit dem Generalthema „Tourismusdestinationen im Wandel“ habe man den Puls der Zeit getroffen, sagt Andreas Purt, der stellvertretender Präsident des BÖTM. „Neben all den Trends dürfen die persönliche Ansprache, die Menschlichkeit und Gastfreundschaft aber nicht zu kurz kommen.“

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

~

Rückfragehinweis:

MMag. Gabriele Griesenböck  
Presse, PR, Bilder

t.: +43 (0) 676 83521617  
m.: gabriele@griessenboeck.at  
www.boetm.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5612/aom>

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

TPT0001 2018-10-09/07:55

090755 Okt 18

Link zur Aussendung:

[https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20181009\\_TPT0001](https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20181009_TPT0001)