

Suche

[Aktuell](#) | [Lokale Wirtschaft](#) | [Bizz Tipps](#) | [Lifestyle](#) | [Marketing](#) | [Finanzen](#) | [Fachwissen](#) | [Golf-on](#)
[Top-Tipps](#) | [Wellness & Genuss](#) | [Life & Balance](#) | [Reisen](#) | [Gourmet Guide](#) | [Hotel Guide](#) | [FriendScout24](#)

27.01.2012 13:09 Uhr

[Drucken](#) | [Versenden](#) | [Kommentare](#)

MTOURISMUSCAMP

Ansätze und Ideen zur Nutzung mobiler Technologien für Reiseveranstalter

München. Im Dezember 2011 fand in Hannover das mTourismusCamp zu dem Thema "Mobile Technologien im Tourismus" statt. Veranstaltet wurde das Camp durch die TUI Mobile Services und Tourismuszukunft - Institut für eTourismus im Modul 57, einem Ort „für freies Denken, ein innovatives Umfeld, das die Chance bietet, in kreativer Atmosphäre produktiv zu arbeiten.“



Hat das Reisebüro wirklich das beste Angebot für den Kunden zusammengestellt hat oder bloß das rendite-trächtigste für sich selbst?
©Paul-Georg Meister / pixelio.de

Das Teilnehmerfeld erstreckte sich über die Tourismusbranche hinaus und bildete somit einen bunten Mix aus Tourismus- und IT-Experten. Dies hatte zur Folge, dass viele spannende Diskussionen nicht nur auf Basis des touristischen Hintergrundes entbrannten, sondern mindestens ebenso viele auf einer technischen Basis.

Mit großer Deutlichkeit hat sich hier gezeigt, dass die mobilen Technologien Einzug in der Welt des Tourismus gehalten haben. Beispielsweise in Form von Stadtführern, die auf dem Smartphone als App gespeichert und genutzt werden können, um kulturelle Highlights

der Umgebung zu erkunden oder um sich über nahegelegene Restaurants zu informieren, die bereits von anderen Nutzern der App bewertet wurden.


Mehrwert für die Kunden schaffen

Aufbauend auf dieser Erkenntnis ist es notwendig, dass die neuen Technologien auch im Bereich der Reiseveranstalter eingesetzt werden. Nicht nur um sich im starken Wettbewerb um die Kunden einen Vorteil zu verschaffen, sondern auch um einen spürbaren Mehrwert für den Kunden zu generieren und so die Hürde der fehlenden Markentreue im Bereich der Pauschalreisen zu überwinden und die Kunden zu binden.

Je mehr Technologie desto wahrscheinlicher die Unübersichtlichkeit

Laut einer Studie von Bitkom und Aris aus dem Jahr 2011 hat die Entwicklung

ARTIKEL ZUM THEMA

- » **Generation 50+:**
Gut beraten von jedem Alter 
- » **Human Resources:**
Interimistisch genutztes Know How bietet Zugang zu innovativen Märkten 
- » **(Selbst-) Management:**
Wie Sie Burnout und Boreout verhindern 
- » **Unternehmen 2.0:**
Kostenloser Leitfaden zu Social Media 
- » **Shared Services:**
Zu viele Produktionsstätten heute produzieren Überkapazitäten von morgen 

FLIRTEN UND VERLIEBEN BEI FRIENDSCOUT24

ANZEIGE



Unbeschwerter Flirtspaß gepaart mit wissenschaftlicher Partnervermittlung?

Diese Kombination gibt es nur bei [FriendScout24!](#) Suchen Sie nach Singles in Ihrer Nähe für spontane Flirts und spannende Chats. Hochwertige Partnervorschläge sind die perfekte Ergänzung, um den Partner fürs Leben zu finden.

Jetzt kostenlos [anmelden!](#)

NEWSLETTER

Schnell & kompakt: Der wöchentliche News-Überblick!

Herr Frau



WIR MACHEN IHR UNTERNEHMEN BEKANNT!

der Technologien, wie beispielsweise die weltweite Vernetzung durch das Internet und die damit verbundene Bereitstellung von und Zugänglichkeit zu [Informationen](#) zur Folge, dass die Übersichtlichkeit der Informationen verloren geht. Dies wirkt sich auch auf die Reisebranche aus.

Zwar können Kunden sich über verschiedene Reiseangebote umfangreich im Internet [informieren](#), werden aber dabei auch von solch einer Fülle an Informationen überschwemmt, dass die Übersicht häufig darunter leidet. Zudem erfolgt eine personalisierte Beratung bis dato lediglich im telefonischen oder persönlichen Gespräch mit einem Reiseveranstalter oder im Reisebüro.

Apps könnten den Self-Service für die Kunden erleichtern

Dabei könnte die heutige Beratung ohne zusätzliche Personalkosten im Sinne eines Self-Service Ansatzes für den Kunden deutlich verbessert werden, beispielsweise durch die Nutzung mobiler Kommunikationstechnologien in Form von Apps. Dieser Ansatz würde auch der Erwartungshaltung der heutigen Internet Economy entgegenkommen, indem dem Wunsch entsprochen würde das Reiseprodukt „per Klick“ [individuell](#) für den Kunden anpassbar zu machen.

Service ist menschlich

Ein weiterer Aspekt, welcher durch die ungefilterte Informationsflut seitens des Kunden zu Verunsicherung führen kann, ist die Unklarheit darüber, ob das Reisebüro wirklich das beste Angebot für den Kunden zusammengestellt hat oder bloß das renditeträchtigeste für sich selbst. Aus diesem Grund sollten Reisebüros, die lediglich im stationären Vertrieb tätig sind, aktiv werden um sich gegen den starken Wettbewerb durch Internetreisebüros und virtuelle Reiseveranstalter zu behaupten, die entstehenden Potenziale zu nutzen und dem Kunden so einen Mehrwert zu bieten.

Die Kombination aus stationärem und online Vertrieb kann als entscheidender Vorteil der Reiseveranstalter genutzt werden, indem durch guten Service und wirklich personalisierte Angebote Mehrwerte für den Kunden entstehen, die nicht mehr ausschließlich auf den Preis als entscheidendes Buchungskriterium setzen. Veranstalter, welche nur im Internet tätig sind und lediglich Reisekomponenten aus verschiedenen Datenbanken bündeln und so einen günstigeren Preis anbieten, bieten in der Regel einen schwachen Service und keine weiteren Extras für den Kunden. Die Nutzung [mobiler Technologien](#) zur Schaffung eines Mehrwertes für den Kunden und zur Aufwertung der Produkte durch ein stetig hohes Serviceniveau, kann eine stärkere Markentreue zu Reiseveranstaltern und damit auch eine stärkere Kundenbindung entstehen. Diese Erkenntnis wird durch eine von Bitkom und Deloitte im Jahre 2009 veröffentlichte Studie belegt. Demzufolge stehen für die Deutschen im Hinblick auf Mediatrends Pragmatismus und Nutzen im Vordergrund, was sich unter anderem durch den Wunsch nach höherer Mobilität und personalisierten Inhalten äußert.

Sarah Hobe ist Beraterin der Unternehmensberatung [4-advice](#) | Change & Innovation Consulting (Geschäftsführer: Simon Schoop), die sich intensiv mit neuen Technologien wie NFC und deren Anwendungsszenarien auseinandersetzt.

(Sarah Hobe)

- » [Ihre Pressemeldung](#)
- » [Ihre Eventfotos](#)
- » [Ihr Video](#)
- » [Ihre Termine](#)
- » [Ihr Unternehmensportrait](#) TOP
- » [B2B Werbung](#)
- » [Kontakt aufnehmen](#)
- » [Weitere business-on.de Portale](#)
- » [business-on.de Partner werden](#)
- » [Meldung kommentieren](#)
- » [Immer Up2Date bleiben](#)

Anmelden zum NEWSLETTER	Abonnieren Sie das RSS-FEED
Alle Top-News mit TWITTER	CONTENT für Ihre Webseite

BUSINESS-ON.DE IPHONE APP



NEUESTE ARTIKEL

- 30.01. 12:24 **Arbeitsrecht:** Mehrfache Arbeitsverträge auf Zeit sind nicht unbedingt gesetzeswidrig
- 30.01. 12:03 **Punkte-Tausch:** Neuer Trend in Flensburg - Geld gegen Punkte
- 30.01. 11:51 **München meint:** Wie flexibel muss man im Beruf sein?
- 27.01. **Für mehr Durchblick:**