

Vortrag von Manuel Arens/ Google.com – Dublin

Google verfolgt als marktführende Suchmaschine im Internet folgendes Ziel:

„Tourismus im Internet- Ziele finden statt suchen“

Als Beispiele für große Chancen im online Bereich führt Herr Arens die Airline Ryan Air auf, welche ihren Umsatz im letzten Jahr um 21 % im operativen Geschäft auf 480 Milliarden EUR gesteigert hat.

Gemäß eines von vielen Mottos von Google

- **Fast is better than slow** (Google Leitbild)

wird sich in absehbarer Zeit der Zukunftsmarkt Tourismus, insbesondere im online Veranstaltermarkt stark konsolidieren, dennoch bietet das Internet für die eTourism Branche laut Arens weiterhin sehr große Wachstumschancen.

Das Internet wird der bedeutendste Vertriebskanal in Zukunft, wenn die Branche damit richtig umgeht.

1. Veränderung der Mediennutzung- was macht das Internet so erfolgreich?

1994 war zuerst nur das lesen von Websites das Ziel, also das klassische Web 1.0
Ab 1998 kam das „Suchen“ dazu.

Rasant steigt auch die Anzahl der User (im Jahr 1998- 77Mio User; im Jahr 2000- 400 Mio. User, im Jahr 2003- 500Mill. User und im Jahr 2007 sind bereits 1100 Mill. Anwender online).

Ab dieser Zeit verändert sich die Web Anwendung- „das Suchen von Informationen macht kein Spaß, das Finden von Informationen macht Spaß!“.

Online Unternehmen wie amazon oder ebay kommen an den Markt- nun werden Waren online gehandelt.

Das Internet macht das Leben leichter! Lesen, suchen, kaufen, handeln, reden und veröffentlichen- ohne hohen Aufwand, erreicht man die breite Masse.

Nun ist die Spitze der Netzwerkwelle erreicht. mit StudVZ, MySpace oder ForcePook. Die Dotcom Unternehmen haben ein rasantes Wachstum und ein Wahnsinns Wertezuwachs- als Beisp. wurde StudVZ für 80Mill EUR verkauft.

Was sind die Treiber für das Internet?

1. Speicherkapazitäten haben sich wahnsinnig verbilligt. Es werden im Netz Unmengen an Speicherplätzen/kapazitäten zur Verfügung gestellt und dazu noch für wenig Geld.
2. Mobiltelefone, die in der Lage sind, soziale Netzwerke bzw. contents ins Netz zu stellen

Konsumenten sind nicht mehr das, was sie einst waren- sie gestalten mit!

Mediennutzungszeiten:

Eine Umfrage ergab, dass die Menschen immer mehr Zeit im Internet verbringen werden. Zu Lasten des TV's wird das Internet an Nutzungszeit gewinnen.

TV 41,5 %

Radio 35,1 %... aber das bewusste und aktiven zuhören ist nicht gewährleistet- da Radio oft nebenbei gehört wird.

Internet wuchs innerhalb eines Jahrzehnts auf 16 %

Print 8,9 %

Werbeausgaben

Google schätzt, dass sehr rasch eine Verlagerung des Werbebudgets von den Print und den TV- Medien zum Internet erfolgt.

Print 42 %

TV 38,9 %

Internet 8,9 %

Radio 5,7 %

2. Wirkung der Vernetzung auf den Tourismusmarkt

- **It's best to do one thing really really well** (Google Leitbild)

Wo gestartet wird...

34% der User, die eine Reise buchen wollen, starten bei einer Suchmaschine. 30% der User gaben an, dass die Suchmaschine perfekt gefunden hat, was sie für eine Reise haben wollten.

17,9% der User klicken direkt auf ein online Reisebüroportal.

5,2% der Anwender beginnen auf einer Preisvergleichsseite.

Kundenbewertungsseiten im Allgemeinen, und im Tourismus insbesondere für Hotels nehmen immer mehr an Bedeutung zu. Der User vertraut der Masse von anderen Usern- ein Phänomen, was dazu führt, dass diese Seiten immer stärker wachsen werden.

Google.trends

Das Anfrageverhalten ist bei Google stark gestiegen- immer mehr Menschen vertrauen dem Netz. Trends innerhalb der Suchanfragen: so z.B. saisonale Anfragen- jetzt im Moment wird viel über Weihnachten gegoogelt.

Google verzeichnet ein Wachstum von 42% der Suchanfragen im Zeitraum von Jan. 06 auf Jan. 07- warum?

Immer mehr User suchen im Internet, weil der Zugang zum Netz immer besser wird. (DSL Erschließung) und das Internet für den User immer gewohnter wird.

Innovative Werbeanzeigen schalten sich beim Nutzer, der eine Anfrage in dem Gebiet hat, was der User sucht.

Bsp. Suchanfrage für eine ICE Fahrt nach München- die Maschine bietet auch Such/ Werbealternativen wie z.B. einen Billigflug an, der vielleicht sogar besser wäre als die Fahrt mit dem Zug.

3. Holen sie ihre Käufer ab

- **There`s always more information out there** (Google Leitbild)

Bsp. MarcoPolo: Website: User kann Beurteilung eintragen- Community effect

...

Google.transit

User gibt Stichwort ein, zum Beispiel einen Stadtbezirk, dann bekommt er auch Informationen über Veranstaltungen, die dort stattfinden, oder Infos über Sehenswürdigkeiten.

Google maps in Echtzeit, diese verfolgen z.B. Nahverkehrszüge in Echtzeit, ist aber auch für den Flugverkehr geplant- so kann man die tatsächliche Position des Flugzeugs auf der Google Karte mitverfolgen.

Was kann man noch erwarten? Anzeigen in der Zukunft.

- **You dont need to be at your desk to need an answer.** (Google Leitbild)

Google mobile and mobile ads... mobiles Internet mit Werbeanzeigen auf dem Mobiltelefon- z.B. man befindet sich in einer fremden Stadt und dann erscheinen Werbeinfos über Restaurants usw. auf dem Handydisplay.

Diese Technologie hat eine 3fach Win Situation (kein Werbebudget wird verschwendet, keine Werbeflächen werden verschwendet und man kann den Erfolg sofort messen, also die Transparenz ist sehr hoch...

Scrollen mit Dateneingabe

Es werden stille diskrete Anzeigen in der Zukunft dominieren- man kann in der Anzeige direkt ein Hilfsfenster aufmachen und dort bei der Firma eine Produkthanfrage machen- so ähnlich, wie man heute online einen Flug bucht.

Google video anzeige

Möglichkeiten der Markenwerbung. Z.B. Bayern München: es können aktuelle Interviews von Fußballspielern auf der Homepage angeschaut werden, der Kunde ist direkt mit seinem Unternehmen verbunden.

Streaming

Brand chanel

Flash