



Studying the international way

Geschäftsmodelle für Tourismusorganisationen im Web 2.0

Mag. Christian Maurer

Professor im Studiengang
Tourismusmanagement & Freizeitwirtschaft

1. Wozu brauchen wir ein eBusiness Modell im Web 2.0?
2. Was ist ein eBusiness Modell?
3. Wie können wir im Web 2.0 Erträge erwirtschaften?
4. Empfehlungen

It's business – stupid!

- **MySpace:**
 - Social Community Website, gegründet 2003
 - Heute: ~ 235 Mio registrierte User
 - 2005 an News Corp. für \$ 580 Mio verkauft
- **Flickr:**
 - 2004 als Foto-Publishing & -Sharing Website gegründet
 - Heute: 6-8 Mio Users, 100e Mio „tagged“ Fotos auf Flickr
 - 2005: Yahoo kauft Flickr für ~ \$ 35 Mio
- **YouTube:**
 - 2005 als Video-Publishing & -Sharing Website gelauncht
 - über 100 Mio Videos, 10 Stunden Video-Material / Min upgeloadet
 - 2006: Google kauft YouTube für € 1,3 Milliarden

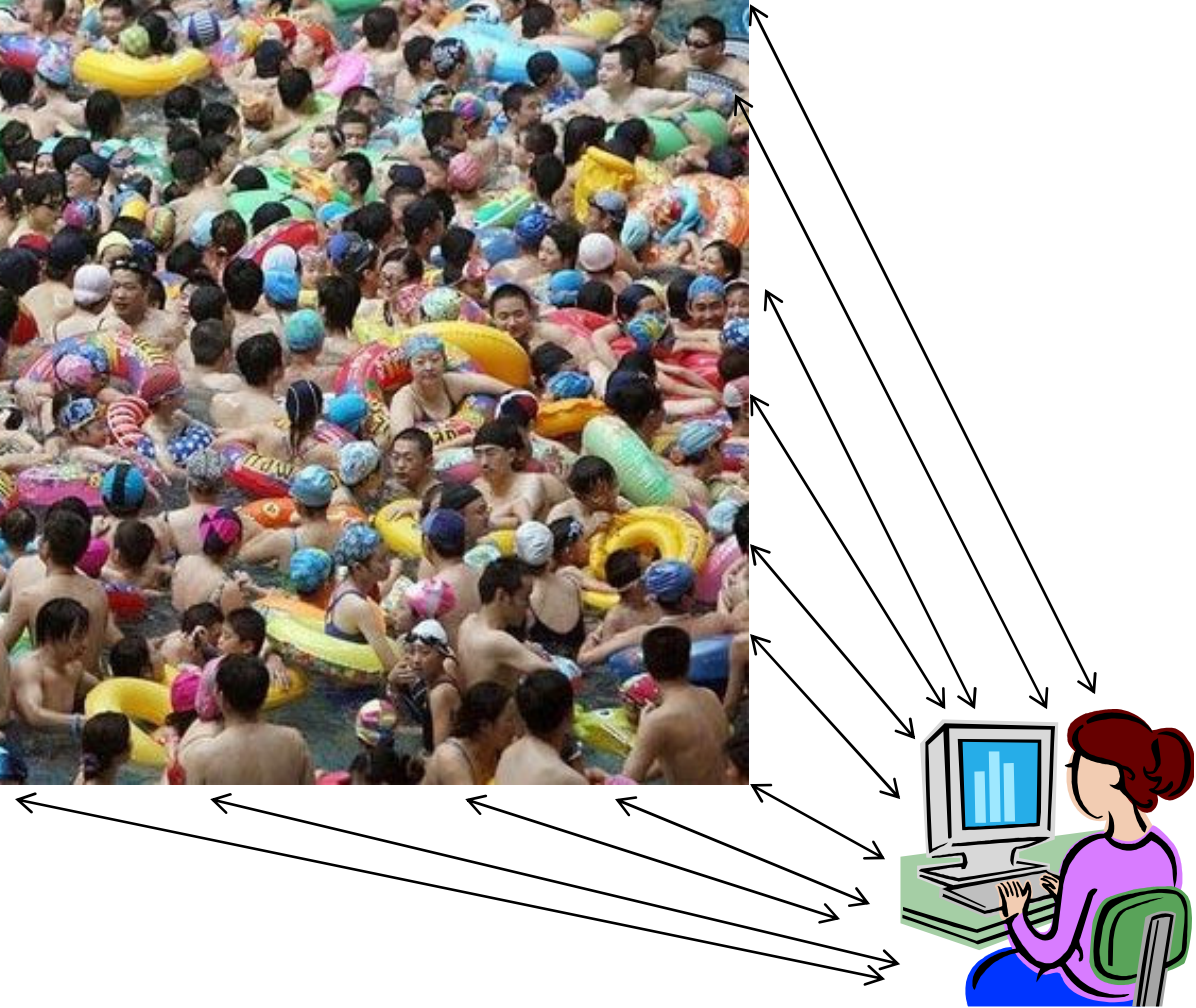
(Quelle: Arthur D. Little, 2006)

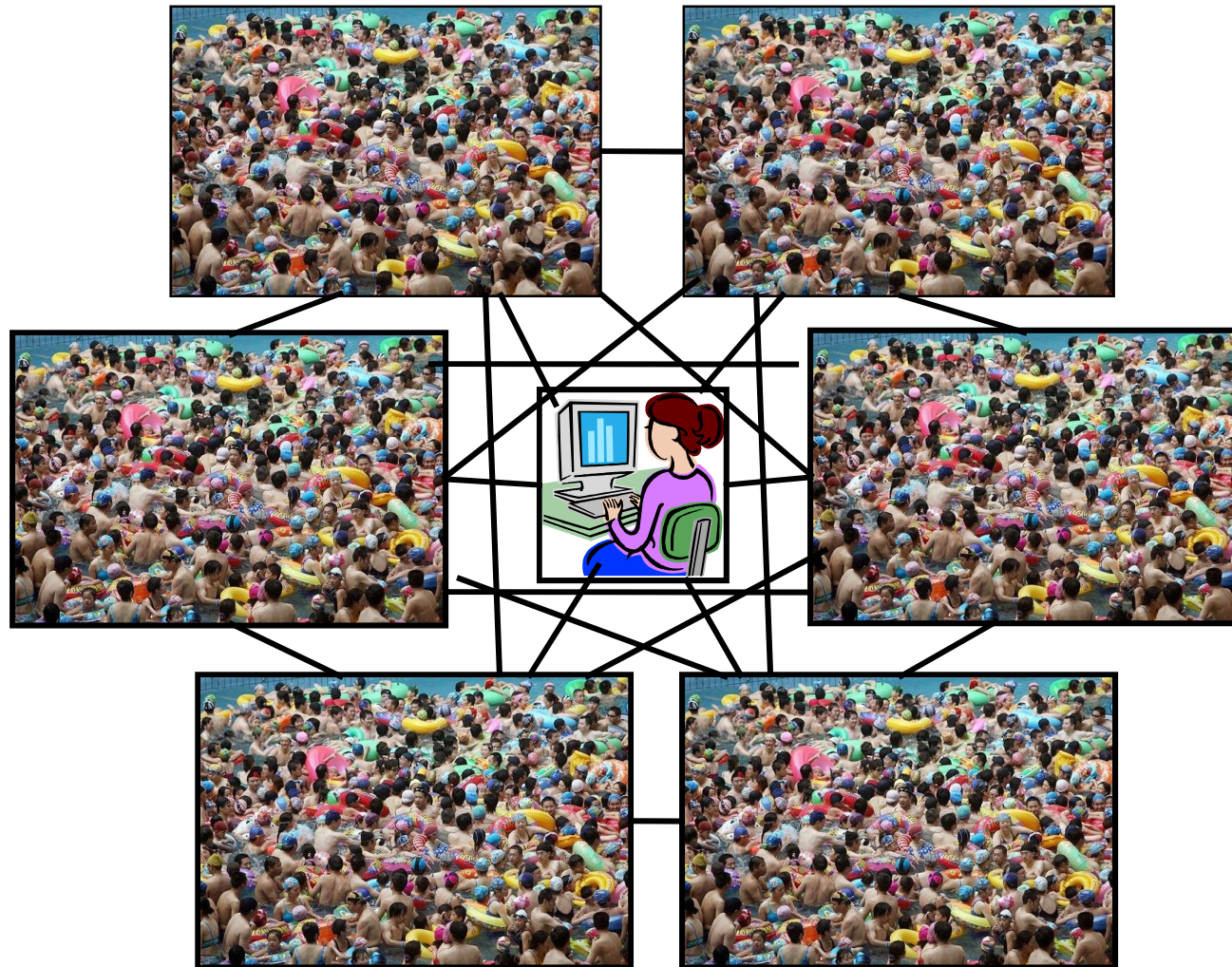
Web 1.0 ↔ Web 2.0

Web 2.0 eine der wichtigsten Schlüsseltechnologien der kommenden 10 Jahre.
(Gartner 2006)

Web 1.0	Web 2.0
Consumer	Prosumer
User	ProdUser
Rich Content	Rich User Experience
Taxonomie	Folksonomy
Customer Relationship Management	Customer Managed Relationships
Data Mining	Opinion Mining
Return on Investment	Return on Communication
„einer“ für „viele“	„viele“ für „viele“

Web 1.0



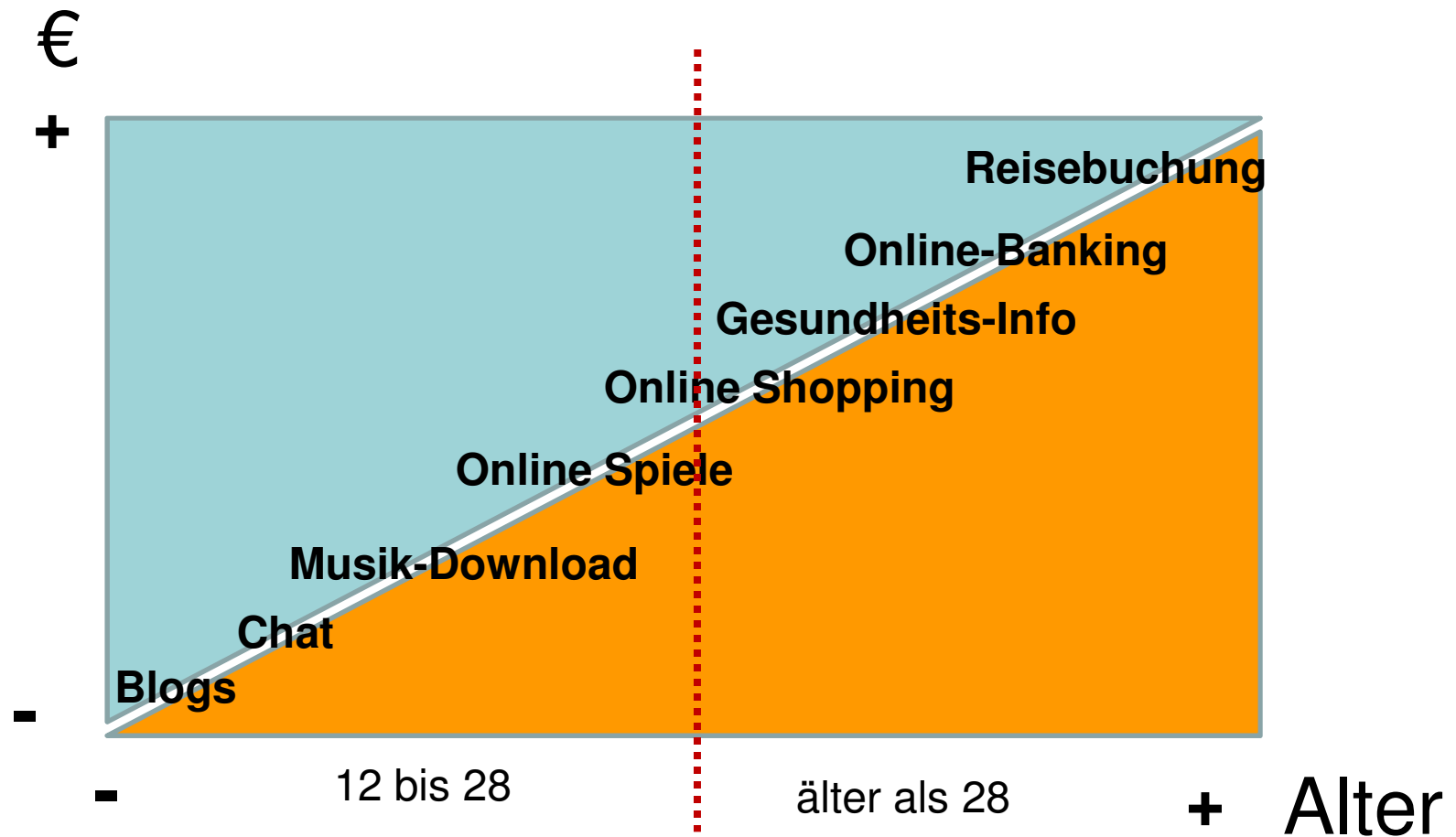


Bidirektionale
Kommunikation

$$\frac{n \times (n - 1)}{2}$$

10	45
100	4.950
1.000	499.500
10.000	49,995 Mio
1 Mio	499.999,5 x10 ⁶

Wer nützt was?

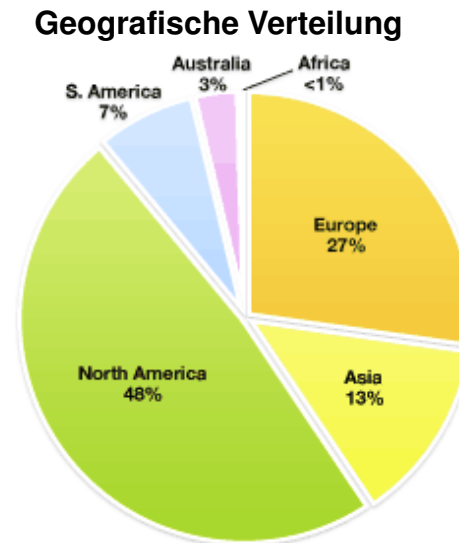
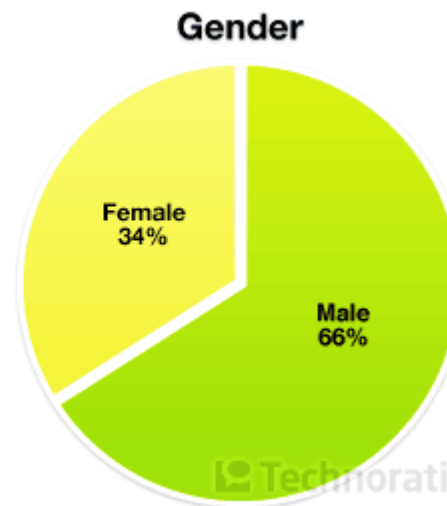
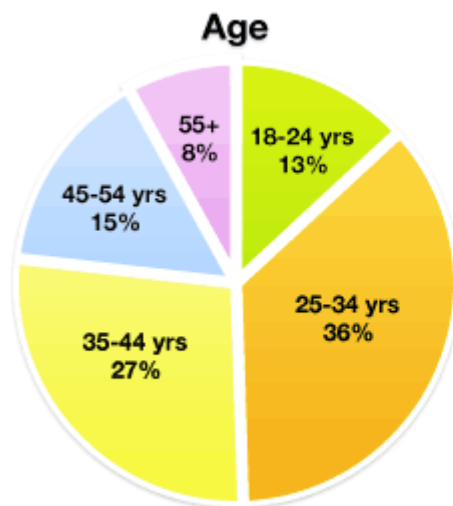


(Quelle: Pew Internet, Arthur D. Little, 2006)

Alter	YouTube	Alter	MySpace
12 - 17	20%	12 - 17	12%
18 - 34	46%	18 - 34	35%
35 - 49	22%	35 - 54	41%
> 50	12%	> 55	11%

(Quelle: Torsten Schwarz, 2007)

Blogs



(Quelle: technorati.com, 2008)

- eBusiness-Modell = ein Bündel von online Aktivitäten zur Stiftung eines Kundennutzens und zur Generierung von Erträgen in einem Marktplatz
- Zielt darauf ab, die Möglichkeiten und Vorteile des Internet und WWW zu nutzen
- Es gibt nicht "das" richtige eBusiness-Modell
- Kategorisierung je nach eCommerce Sektor in B2C, B2B, C2C, B2G etc.
- Fokus auf "Business" und nicht auf "Technologie"
- Meist existieren Kombinationen von verschiedenen Modellen

- Welchen **Nutzen** stiften wir unseren Kunden?
- Wie sieht die **Marktsituation** aus?
- Welche **Konkurrenten** haben wir?
- Mit welchem **Marketingmix** sprechen wir unsere **Zielgruppen** an?
- Wie und womit können wir **Erträge** generieren?
- Welche **Organisationsstruktur** benötigen wir zur Umsetzung?
- Welche **Kenntnisse** benötigt das Management Team?

- **Kundennutzen**

- Personalisierung / Anpassung an Kundenbedürfnisse
- Reduktion des Aufwandes für Produktsuche
- Reduktion des Aufwandes für Preisvergleich
- One-Stop-Shop
- Rich User Experience – Authentizität

- **Marktsituation**

- Internetpenetration, Online Verhalten der User

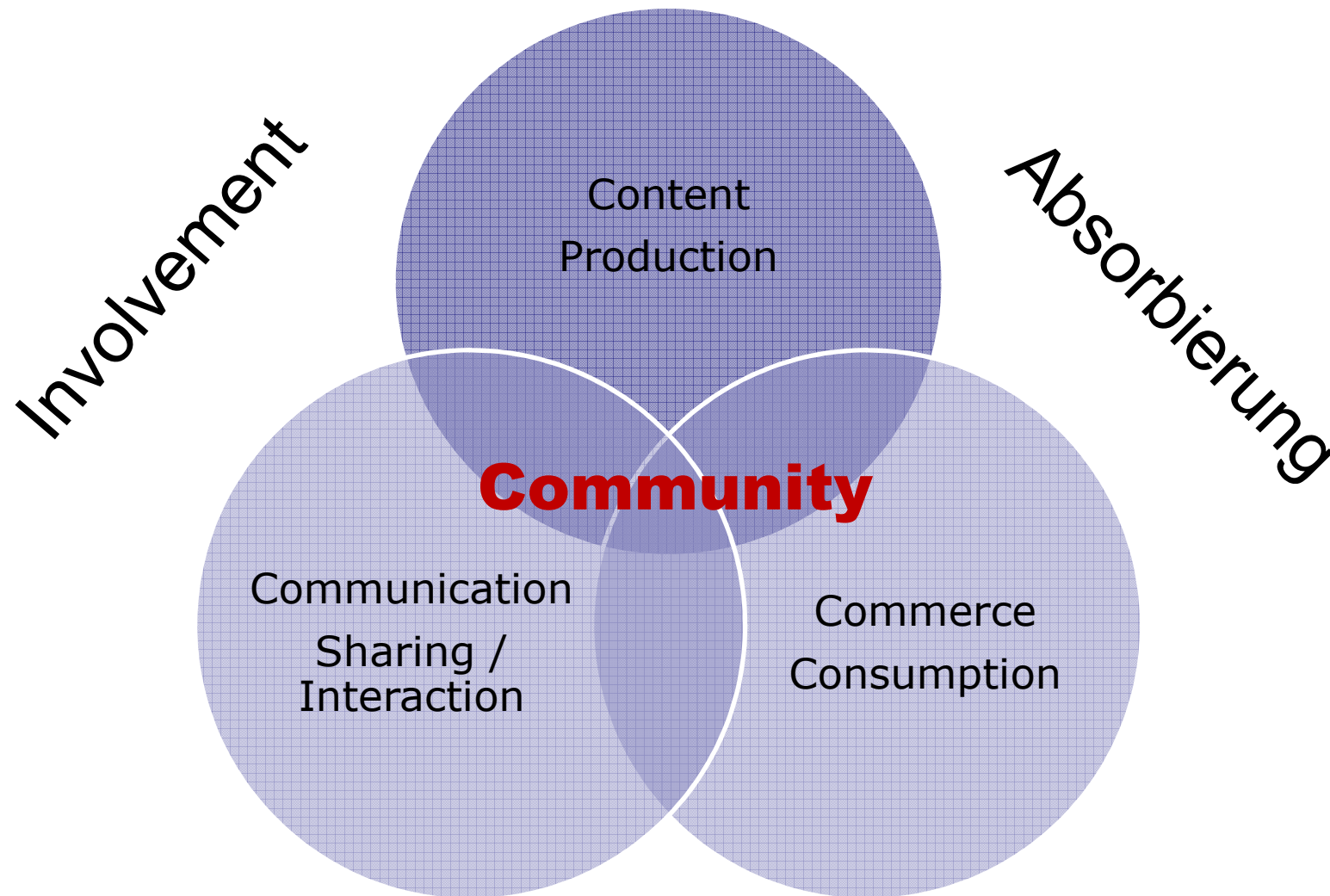
- **Wettbewerbsvorteil**

- Anreicherung des eigenen Contents mit UGC → Users stiften Nutzen durch Erfahrungsberichte

- **Unternehmensstruktur / Management Team**

- Unternehmensstruktur 2.0

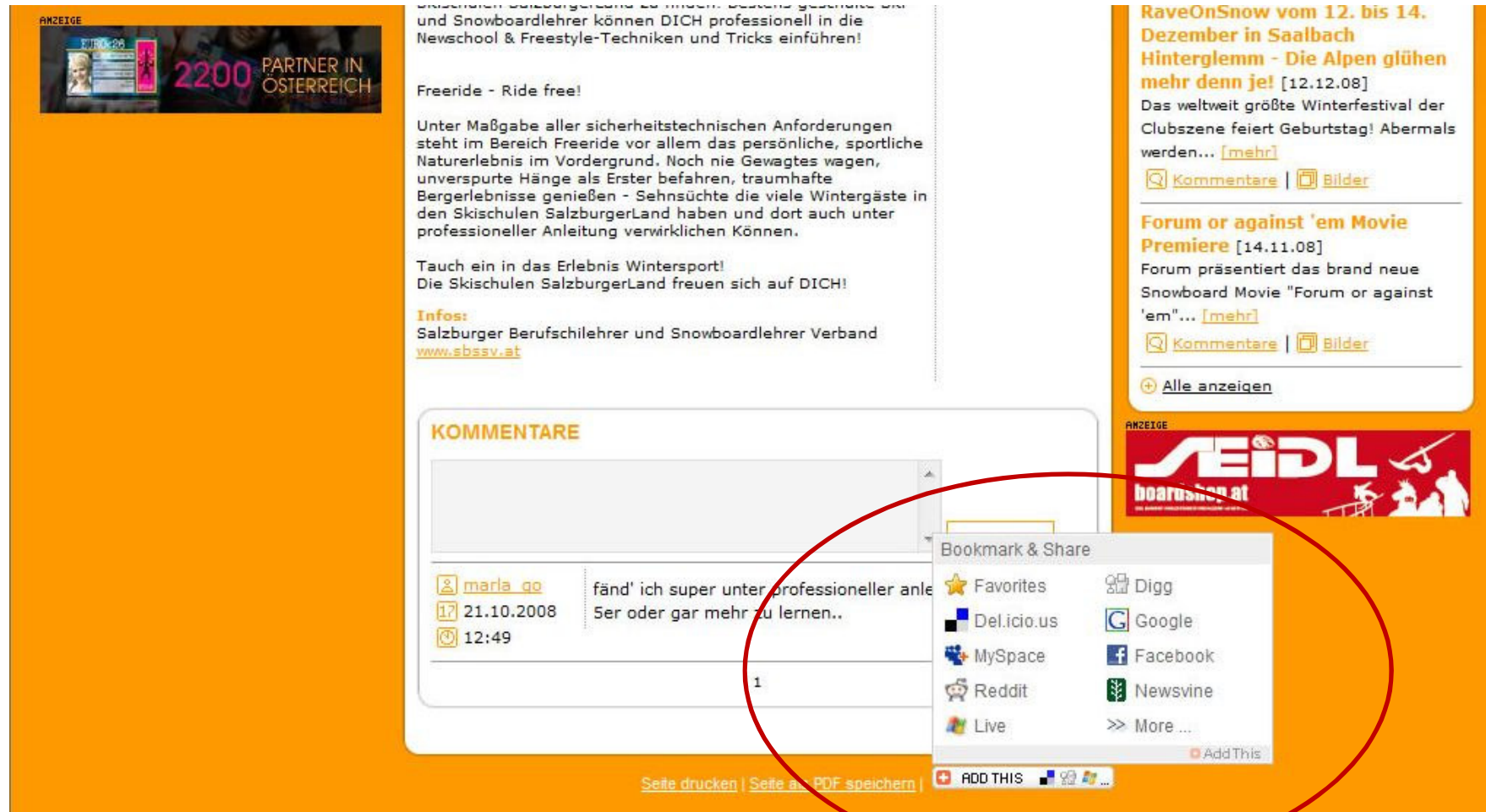
- **eBusiness Ertragsmodelle**
 - Provisionsmodell (Marktplatz für B2C, B2B, C2C etc.)
 - Werbeeinschaltungen
 - Infomediary (Nutzung von Kunden- und Produktdaten)
 - Händler-Modell (Shop, Auktionen)
 - Direktvertrieb
 - Affiliates (Partnerprogramme)
 - Community-Modell
 - Abonnenten-Modell
 - On-Demand (Abrechnung nach tatsächlichem Gebrauch)



eBusiness im Web 2.0

B2C / C2C	B2B
Content, Production (UGC)	<ul style="list-style-type: none">• Text, Fotos, Videos, Links, Kommentare, Blogs, Podcasts etc.• Werbeeinschaltungen• Content Syndication• Tags, Widgets, RSS
Communication, Sharing & Interaction	<ul style="list-style-type: none">• Chat, E-Mail, Bookmark & Share• Mitsenden von personalisierter, themenbezogener Werbung• User-Profile (MaFo)• Distribution und Branding
Consumption, eCommerce	<ul style="list-style-type: none">• Anfrage, Buchung (Provision)• Produktverkauf (eShop, eAuktion)• Affiliate• Abonnenten

Content Sharing



The screenshot shows a website article with an orange background. At the top left, there is an advertisement for '2200 PARTNER IN OSTERREICH'. The main article text discusses freeride and mentions 'Skischulen SalzburgerLand'. Below the text is a 'KOMMENTARE' section with one comment from 'marla_oo' dated 21.10.2008. A 'Bookmark & Share' menu is open over the comments, listing various social media and bookmarking services. At the bottom of the page, there are links for 'Seite drucken', 'Seite als PDF speichern', and 'ADD THIS'.

ANZEIGE
2200 PARTNER IN OSTERREICH

... und Snowboardlehrer können DICH professionell in die Newschool & Freestyle-Techniken und Tricks einführen!




Freeride - Ride free!

Unter Maßgabe aller sicherheitstechnischen Anforderungen steht im Bereich Freeride vor allem das persönliche, sportliche Naturerlebnis im Vordergrund. Noch nie Gewagtes wagen, unverspurte Hänge als Erster befahren, traumhafte Bergerlebnisse genießen - Sehnsüchte die viele Wintergäste in den Skischulen SalzburgerLand haben und dort auch unter professioneller Anleitung verwirklichen Können.

Tauch ein in das Erlebnis Wintersport!
Die Skischulen SalzburgerLand freuen sich auf DICH!










Infos:
Salzburger Berufschilehrer und Snowboardlehrer Verband
www.sbsv.at

KOMMENTARE

 [marla_oo](#) fänd' ich super unter professioneller anle
 21.10.2008 Ser oder gar mehr zu lernen..
 12:49

1

Bookmark & Share

-  Favorites
-  Del.icio.us
-  MySpace
-  Reddit
-  Live
-  Digg
-  Google
-  Facebook
-  Newsvine
- [>> More ...](#)

[+ Add This](#)

Seite drucken | Seite als PDF speichern | [+ ADD THIS](#)

ANZEIGE
SEIDL
boarsmen.at

RaveOnSnow vom 12. bis 14. Dezember in Saalbach Hinterglemm - Die Alpen glühen mehr denn je! [12.12.08]
Das weltweit größte Winterfestival der Clubszene feiert Geburtstag! Abermals werden... [\[mehr\]](#)
[Kommentare](#) | [Bilder](#)

Forum or against 'em Movie Premiere [14.11.08]
Forum präsentiert das brand neue Snowboard Movie "Forum or against 'em"... [\[mehr\]](#)
[Kommentare](#) | [Bilder](#)


[+ Alle anzeigen](#)

(Quelle: www.onebigpark.at)

Content erstellen

facebook Home Profile Friends Inbox 5 Christian Maurer


England [Browse more Products](#)



Remove me from Fans

Share +

Save on autumn breaks and days out in England



Enjoy getting dirty
3 nights away for the price of 2*

Save money on top attractions and places to stay across England. Click now for great deals on England's official tourism website.

Information

Website: <http://www.enjoyengland.com>
Mission: Sign up and share your stories, pictures and videos of your favourite places to visit in England.

If you are stuck on where to go or what to do in England then ask us and the community and we can come up with some great ideas for you.

Enjoyengland.com
The official website for tourism in England

Fans
6 of 1,501 fans [See All](#)

Zielgerichtete Werbung

facebook


Search ▾

Applications **edit**

- Photos
- Groups
- Events
- Marketplace
- FunWall
- Super Wall
- Entourage

▼ **more**

Kreta Sommer 2008



Amazones Village Suites
www.amazonesclub.com


More Ads | Advertise

Applications **edit**

- Photos
- Groups
- Events
- Marketplace
- FunWall
- Super Wall
- Entourage

▼ **more**

Sprachreisen Katalog



Wolltest du schon immer mal an den schönsten Orten der Welt eine Sprache lernen und Leute treffen? Dann lass' dich von uns beraten!

More Ads | Advertise

Mountaineering on Crete, Greece

From your "Action"

Häufig **Kombination** verschiedener **eBusiness-Modelle** - eBusiness Modell an **Ziele** und **Organisationsstruktur** der **Tourismusorganisation** anpassen - eBusiness Modell soll **Kundennutzen** stiften (finanziell & immateriell, b2c, b2b, c2c) - **beobachten** Sie Websites, auf denen Ihre Kunden aktiv sind - sprechen Sie die **Sprache Ihrer Kunden** – seien Sie **authentisch** – **kooperieren**, nicht kontrollieren – lassen Sie **User Generated Content** zu – kooperieren Sie mit **strategischen eBusiness Partnern** – definieren Sie Ihre „**Währung**“: Page Views, Euro, Kunden-Involvement (vertikal), Kommunikationsintensität, **Return on Communication** - Erträge vorwiegend durch kontextbezogene **Werbung** - rechtliche Rahmenbedingungen klären - **some rights reserved**

Vielen Dank!

Mag. Christian Maurer

Professor im Studiengang

Tourismusmanagement und Freizeitwirtschaft

IMC Fachhochschule Krems

christian.maurer@fh-krems.ac.at

www.fh-krems.ac.at

