

führte. Schließlich entdeckte eine versunkene Kultur, deren Herz in einem Canyon voller Naturwunder schlug – dem sagenhaften Silber Schloss im Garuda-Tal.

Eintrittskarten gibt es im Vorverkauf und in der Abendkasse im Alten Feuerhaus, Telefon 08661 63054

Jackpot in Höhe von 15.132 Euro geknackt

Bad Reichenhall. Den Hausjackpot der Spielbank Bad Reichenhall in Höhe von 15.132 Euro knackte ein Herr aus dem südlichen Berchtesgadener Land. Die Jackpotanlage wurde anschließend mit einem Betrag von 3.500 Euro neu gestartet.

DAK startet

Präventionsoffensive

Bad Reichenhall. Die DAK Bad Reichenhall startet eine Präventionsoffensive. Im Zentrum der Initiative steht das neue Angebot „pro Balance“, das gesundheitsbewusstes Verhalten mit attraktiven Geldprämien belohnt. Durch die Kombination von verschiedenen Gesundheitsaktivitäten kann zum Beispiel eine vierköpfige Familie eine Jahresprämie von bis zu 600 Euro erhalten. Zeitgleich beginnen bundesweit spezielle Motivationskurse sowie ein interaktives Fitnesstraining im Internet.

Unterstützt wird die Präventionsoffensive vom Deutschen Leichtathletik-Verband. „Seit Jahren haben DAK und DLV eine erfolgreiche Gesundheitspartnerschaft“, erklärt Olympiasieger Christian Schenk als Schirmherr der DAK/DLV-Walking-Tour. „Wir wollen Jung und Alt mit attraktiven Angeboten zu einem gesünderen Leben motivieren.“

Allein in diesem Jahr wurden bei den gemeinsamen Sportaktionen, Bewegungscamps und Walking-Days von DAK und DLV über 10.000 Teilnehmer gezählt. Nähere Informationen zur Präventionsoffensive gibt es in jeder DAK-Geschäftsstelle unter der Telefonnummer 01801/325825 oder im Internet unter www.dak.de.

ASV zieht Bilanz bei Jahreshauptversammlung

Piding. Am Freitag, 23. November, findet

Immer mehr Online-Buchungen

Gäste verlassen sich immer mehr auf Community-Ratings - Hoteliers ratlos

Reiseheft
Top 10
17.11.04

BERCHTESGADENER LAND (hnd) - Die Tourismusbranche ist im Umbruch. Immer mehr Gäste informieren sich im Internet über ein Hotel und buchen dann auch online. Eine einfache Internetseite mit Bildern des Hauses genügt meist nicht mehr. Einigermassen ratlos stehen die Hotelbetreiber den sogenannten Rating-Communities gegenüber, also Plattformen, wo ehemalige Hotelgäste das Haus beschreiben und bewerten.

„Der Hotelbetreiber hat hier die Kontrolle weitgehend verloren, denn es ist verpönt, dass sich betroffene Hotels in die Community einbringen“, so Leo Wörndl vom Tourismus-zweig der Fachhochschule Salzburg.

Rund 300 Vertreter der Tourismusbranche aus Salzburg und Bayern verfolgten die Trends im Online-Bereich mit Interesse. Die EnRegion Salzburg-Berchtesgadener Land-Traunstein hatte gemeinsam mit der Fachhochschule Salzburg zum zweiten „e-tourism“-Tag nach Berchtesgaden eingeladen. Leonhard Wörndl als Leiter des FTH-Studien-ganges „Innovation und Management im Tourismus“ stellte dabei die Trends vor. „Eine gute Hotelwebseite wird inzwischen bereits 160-mal pro Tag besucht, durchschnittlich werden fünf Seiten gelesen.“ So die Auswertung von fast 200 Hotelwebseiten über vier

Jahre. Die Zahl der Internetsurfer ist weltweit auf eine Milliarde Menschen gestiegen, allein in Deutschland sind über 37 Millionen Menschen regelmäßig im Internet. Das heißt aber auch, dass die Zahl der Online-Buchungen weiter zunehmen wird“, erklärt Wörndl den Trend. Touristen von heute wollen aber nicht nur möglichst viele Informationen über das Hotel, sie wollen bevorzugt Pakete buchen, „also zum Beispiel ein „Sound of Music Package“ mit Hotel, Mietwagen und eben der automatische mitgebuchte Tour.“

Bei der Auswahl des Urlaubshotels vertrauen die Internet-Benutzer allerdings immer mehr den Empfehlungen anderer Hotelgäste. „Der Gast glaubt nicht so sehr übertrieben wirkenden Versprechungen des Hotels als vielmehr der unabhängigen Bewertung ehemaliger Gäste. Diese Rating-Communities sind voll im Trend. Konsumenten tauschen Informationen aus und werden so eigentlich zu den neuen Händlern.“ Bei einem negativen Kommentar sind Hotels und Tourismusverbände machtlos, denn Gegendarstellungen sind verpönt.

„Wichtig ist aber, dass sie die Kommentare über ihr Haus kennen und die aufgezeigten Mängel abstellen können“, rief Wörndl den Tourismusverantwortlichen beim e-tourism Tag in Berchtesgaden.

Klassischer Prospekt auf dem Rückzug

Neue Wege in der Tourismuswerbung - 2,5 Milliarden für Onlinewerbung

BERCHTESGADENER LAND (hnd) - Werbung im Internet wird für die heimische Tourismusbranche immer wichtiger. Das wurde beim zweiten e-tourism-Tag der Fachhochschule Salzburg deutlich. Werbeexperten aus Salzburg und Bayern demonstrierten, dass man im Internet mit relativ geringen Mitteln sehr schnell sehr viele mögliche Kunden erreichen kann. Ein Freilassinger Webdesigner rief zudem, schon bestehende Hotel-Webseiten aktuell zu halten.

„Eine Kundin aus Anger bekommt für ihre



Rating-Communities gewinnen immer mehr an Bedeutung. „Die unabhängige Bewertung ehemaliger Hotelgäste wirkt für potentielle Kunden glaubwürdiger als Werbesprüche auf der Hotelwebseite“, so Leonhard Wörndl, Tourismusexperte der FH Salzburg.

und gleichzeitig Chef einer Werbeagentur zeigte den rund 300 Teilnehmer des „e-tourism“-Tages, dass im Internet mit verhältnismäßig wenig Mittel ein Erfolg erzielt werden kann. „Mit nur sechs Onlineanbietern wie zum Beispiel T-Online deckt sich ganz Online-Deutschland ab. Wenn Sie zum Beispiel den Frühjahrs-Skiurlaub bewerben möchten, können sie damit relativ schnell eine Kampagne für ihre Zielgruppe fahren.“ 57 Prozent der Urlaubsgäste informieren sich im Internet über die Hotels am gewünschten Ziel, jeder Zweite bucht auch, so der Werbestrategie. Wah 9 0 bedeutet, dass im Internet nicht nur

musbetriebe im Internet: einfache und übersichtliche Seiten, mehr Bilder, weniger Text und bei Mailanfragen schnell antworten.

In der Praxis gewinnen die Online-Buchungen immer mehr an Bedeutung. Das bestätigt auch Christian Fitzner von der „Tourist-Info-Chieming“. „Den klassischen Urlaubsprospekt haben wir zwar auch noch, aber“ die Auflage wird immer geringer. „Dafür wird ein Newsletter an einige hundert Mail-Adressen verschickt, auch die Website der Gemeinde Chieming wird stark in Anspruch genommen.“

Mit Bewertungen von Häusern in den