Willkommen auf Tourismus2020 des Jahres 2013!

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

Ziel des Workshops

Ziel des Workshops ist es, eine Vision für zukünftige Anforderungen an erfolgreiche touristische Unternehmen zu entwickeln. Dabei fokussieren wir uns auf das Kommunizieren mit, das Finden und das Buchen von touristischen Dienstleistungen in on-line Medien. Wir glauben, dass dies ein zentraler Faktor für die erfolgreiche Wertschöpfung im touristischen Bereich ist und sich die Wichtigkeit dieses Faktors über die nächsten Jahre noch erhöhen wird. Anforderungen in diesem Bereich sind u.a.:

- Effektive und effiziente Multi-Channel, Multi-Community und Multi-Device Kommunikation
- On-the-fly Integration von externen Inhalten, Daten und Dienstleistungen in touristischen Angeboten
- Effektive und effiziente Multi-Channel Buchbarkeit (inklusive Direktbuchungen)
- Multi-Channel Wert- und Ertragsmanagment und sehr flexibles Geschäftsmodell für die Generierung und Ausführung (Schwarmintelligenz , reverse Ausschreibungen, Auktionen)
- Personalisierung und ad-hoc Generierung von Wertschöpfungsnetzwerken, um individuelle, kombinierte und maßgeschneiderte touristische Dienstleistungen anzubieten
- Mobile Services und augmented Reality
- Lösungen für die vollständige Customer Journey

Wir sehen solche Ansätze als Schlüssel für das erfolgreiche Management von touristischen Unternehmen und möchten eine Vision entwickeln, wie das erfolgreiche Online-Marketing von touristischen Service-Angeboten in 10 Jahren ausschauen könnte.

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

Programm

Tag 1: Wo wir stehen

- 13:00 Willkommen - Andreas Lackner und Bernhard Rieder
- 13:30 Trends im Online Marketing und Vertrieb - Christian Maurer
- 14:15 Vertriebsaufbau entlang der Customer Journey - Andreas Lackner
- 15:00 Pause
- 15:30 Marketing mit strukturierten Daten im World Wide Web: Schema.org & GoodRelations für den Tourismus - Martin Hepp
- 16:15 Vernetzte Tourismusdaten - Sören Auer
- 17:00 Pause
- 17:30 m-Tourismus als Hype? Trends, Herausforderungen und Marktpotenziale - Markus Lassnig
- 18:15 Wrap up - Dieter Fensel
- 20:00 Dinner

Tag 2: Wohin wir gehen

- 09:30 Bird of the feather sessions
  Direktvermarktung u. Customer Journey - Christian Maurer
  Qualifizierung/Professionalisierung, Kompetenzzentrum - Harald Gohm
  Future szenarios/ Zukunftstechnologien: Mobile, Personalisierte Services, ... - Markus Lassnig
- 12:30 Pause
- 14:00-15:00 Wrap up - Harald Gohm

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

Ort und Zeit des Workshops

Ort: Europahaus Mayrhofen, Zillertal Congress, Mayrhofen, Zillertal, Tirol, Österreich

Zeit: 6. - 7. Mai 2013

Dauer: 1,5 Tage (Erlaubt eine Anreise am Morgen des ersten Tages und eine Abreise am späten Nachmittag des zweiten Tages; inklusive einer gesellschaftlichen Veranstaltung am 1. Tag);

Hinweis: Geschlossene Veranstaltung - Anmeldung nur auf Einladung möglich!

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

EuropahausMayrhofen
Zillertal Congress

seekda

Tirol
Standortagentur

STI · INNSBRUCK

Referenten und Präsentationen

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

Dr. rer. nat. Dipl.-Math. Sören Auer

- **Vortrag als PDF**

Das Konzept der vernetzten Daten (engl. Linked Data) gewinnt in vielen Bereichen zunehmend an Fahrt. Dazu gehören insbesondere verbesserte Web-Suche und Suchmaschinenmarketing z.B. mittels schema.org Vokabularen, Datenintegration in den Life-Sciences und Vernetzung von Unternehmensdaten. Überall dort, wo heterogene Datenstrukturen und weit verteilte Daten-Publisher und Konsumentennetzwerke aufeinandertreffen ist der Einsatz von Linked Data ideal. Gerade im Tourismusbereich gibt es eine Vielzahl von Unternehmen, Gemeinden, Dienstintegratoren, Web-Portalen, Tourismusverbände, Buchungsmaschinen usw. Der effiziente und effektive Austausch von Angeboten und ergänzenden Datenpaketen ist zunehmend erfolgskritisch. Zusätzlich stehen im Web der Daten tausende Datenpakete mit Milliarden von Fakten zur freien Nutzung zur Verfügung. Dazu gehören insbesondere DBpedia und LinkedGeoData, welche insbesondere auch strukturierte Daten zu Sehenswürdigkeiten, Städten und Gemeinden, Urlaubsregionen, Geo-Daten und vielen anderen tourismusrelevanten Informationsdomänen bereitstellen. In diesem Vortrag werden Anwendungsmöglichkeiten des Linked Data Konzepts im Tourismus vorgestellt und Beispiele innovativer datengetriebener Anwendungen im Tourismus präsentiert.

Prof. Dr. Martin Hepp

Martin Hepp is a professor of e-business and general management and the CEO and Chief Scientist of Hepp Research GmbH. He holds a master's degree in business management and business information systems and a PhD in business information systems from the University of Wuerzburg (Germany). His key research interest are shared data structures at scale, for example Web ontology engineering, both at the technical, social, and economical levels, conceptual modeling in general, and data quality management. As part of his research, he developed the GoodRelations vocabulary for e-commerce, widely used by companies like Google, Yahoo, BestBuy, Kmart, Volkswagen, Renault, and tens of thousands of smaller businesses, and directs the complete GoodRelations eco-system. Prof. Hepp authored more than 60 academic publications and was the organizer of more than fifteen workshops and conference tracks on conceptual modeling, Semantic Web topics, and information systems, and member of more than sixty conference and workshop program committees, including ECIS, EKAW, ESWC, IEEE CEC/EEE, ISWC, and WWW, and an associate editor of the International Journal on Semantic Web and Information Systems (IJSWIS). More information and publications are available at http://www.heppnetz.de/. Follow him on Twitter: @mfhepp

Andreas Lackner

- **Vortrag als PDF**

Andreas Lackner ist seit 2008 Geschäftsführer des Zillertaler Tourismusverbandes Mayrhofen-Hippach. Zuvor war er Geschäftsführer der Veldener Tourismus GmbH am Wörthersee und Marketing- und Projektleiter für den Tourismusverband Achensee. Seine Schwerpunkte sind die Markenentwicklung und Aktivierung von Marken innerhalb und außerhalb der Tourismusorganisation. Ebenso der Online Vertriebsaufbau und die Stärkung des Direktvertriebs durch die Betriebe und Tourismusorganisation selbst. Letzteres unter der gesamten Betrachtung aller Erfolgsfaktoren wie Technik, Organisation, Kommunikation, CRM, Gäste- und Vermietersupport, mobile Dienste, Finanzen und Recht,.. Sein Credo: "Tourismusverbände sind schon lange keine Dorfverschönerungsvereine mehr. Heute sind sie ein Marktplatz für ihre Mitglieder und Gäste. Für eine wertschöpfungsreiche Kundenbeziehung müssen sie entlang der gesamten Customer Journey auf höchsten Niveau handeln und kommunizieren wie jedes andere Unternehmen auch."

Tourismusverbände haben keine Kunden. Zumindest keine Kunden, die man also solche im Sinne eines effizienten Direktvertriebs oder CRM als solche auch identifizieren und segmentieren kann. Entscheidet sich eine Tourismusorganisation dazu im Direktvertrieb tätig zu werden, so reicht es nicht aus punktuell technische Lösungen wie Online Buchungsprozesse zu entwickeln. Sie muss die Touchpoints entlang der Customer Journey analysieren und sich überlegen, mit welchen Diensten sie entlang der gesamten Kette beim Kunden aufschlägt. Was nützt die beste Inspirationsphase und die beste Zimmersuche, wenn der Gast am Ende woanders bucht oder die Region nicht weiß was der Gast vor Ort konsumiert, um ihn für die weitere Bearbeitung individuellere Angebote zu erstellen? Für einen erfolgreichen Vertriebsaufbau durch eine Tourismusorganisation muss diese alle Facetten der Customer Journey beachten und darauf seine Dienste und die Organisation ausrichten.

Dr. Markus Lassnig

- **Vortrag als PDF**

Dr. Markus Lassnig ist seit 1999 wissenschaftlicher Mitarbeiter der Salzburg Research Forschungsgesellschaft. Er arbeitet im Forschungsbereich InnovationLab und leitet den Kompetenzschwerpunkt e-Tourismus. Seine Forschungsarbeiten konzentrieren sich auf folgende Schwerpunkte:

- Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT; speziell in der Tourismus-, Sport- und Freizeitwirtschaft),
- Neuartiges Innovationsmanagement (Open Innovation, Innovationspotenzialanalysen etc.) für sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen,
- Internet-Ökonomie, statistisches Monitoring und Analyse von neuen und innovativen e-Business-Formaten.

Die nächste Welle im e-Tourismus wird mobil sein! Folgt diese Aussage einer realen Entwicklung am Markt oder trägt sie nur zu einem ungerechtfertigten Hype bei? Welche Rolle spielen kontextualisierte, lokalisierte und personalisierte mobile Applikationen und Dienste im Tourismus? Wie beeinflusst die Entwicklung von Smartphones und Tablets diesen Markt? Ist die Bewegung in Richtung einer „Apps-Culture" nur eine Zwischenstufe in der Entwicklung oder ein nachhaltiger Trend? Wie spielen Smartphone-, Tablet- und Desktop-Welt bei künftigen Touristen – also nicht nur den technologieaffinen Innovatoren und Early Adopters – zusammen? Diese und weitere Fragen sind Inhalte des Impulsreferates, um Marktszenarien bis 2020 besser abschätzen zu können.

Prof. (FH) Mag. Christian Maurer

- **Vortrag als PDF**

A highly experienced and innovative e-business and e-tourism professional with German (mother-tongue), English (fluent, resident in England for 3 years) and Italian (resident in Italy for 1 year). Specialist knowledge in e-tourism, content management, usability, online marketing, CRM, m-Commerce, e-learning, very good interpersonal and communication skills. Good team-worker, patient, creative, motivated and used to working to tight deadlines and challenging objectives.

Marketing und Vertrieb ohne den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien sind heutzutage im Tourismus undenkbar. Die Vielfalt an Vertriebsplattformen und Marketingplattformen (v.a. Social Web) ist für die Leistungsanbieter beinahe unüberschaubar geworden. Welche Optionen gibt es, um der zunehmenden Marktmacht einiger weniger Online Buchungsplattformen entgegenzuwirken und welche Tools und Plattformen können die touristischen Leistungsträger in ihrer Kommunikation mit den Gästen am besten unterstützen? Das Impulsreferat fasst Studien, laufende Projekte und Handlungsfelder zusammen.

Organisationskomitee des Workshops

- Dieter Fensel, Universität Innsbruck
- Harald Gohm, Standortagentur Tirol
- Andreas Lackner, Tourismusverband Mayrhofen-Hippach
- Christian Maurer, IMC Fachhochschule Krems
- Bernhard Rieder, AK Leiter eTourismus - UBIT Tirol

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

EuropahausMayrhofen
Zillertal Congress
seekda
Tirol
Standortagentur
STI · INNSBRUCK

Advisory Board des Workshops

- Michael Brandl, Tirol Werbung GmbH
- Dieter Fensel, Universität Innsbruck
- Harald Gohm, Standortagentur Tirol
- Mario Jooss, Fachhochschule Salzburg
- Andreas Lackner, Tourismusverband Mayrhofen-Hippach
- Christian Maurer, IMC Fachhochschule Krems
- Birgit Pikkemaat, ifit Institut für innovativen Tourismus
- Bernhard Rieder, AK Leiter eTourismus - UBIT Tirol
- Rudolf Tucek, Cube Hotels
- Hannes Werthner, Technische Universität Wien
- Karl Wöber, Modul University Vienna

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

EuropahausMayrhofen
Zillertal Congress

seekda

Tirol
Standortagentur

STI · INNSBRUCK

Tourismus2020

Teilnehmen via Workshops

- Wissensmarkter
- Vernetzte und öffentliche Hand
- Touristische Dienstleister
- Online-Marketing spezialen providern

NAVIGATION 2013

- Home
- Der Ablauf Workshops
- Die Idee
- Ort und Zeit
- Organisation und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Die Workshops
- Ergebnisse
- Teilnehmen via Workshops
- Sponsoren

Teilnehmen im Detail

Michael Anhang

Geboren am 17. Juli 1971, in Schwaz in Tirol, aufgewachsen in einem Tiroler Familienbetrieb.
Ausbildung zum Hotelkaufmann, Hotelfachschule Bad Leonfelden (Oberösterreich)
Vienna Plaza Hotel Vienna, Night Manager
Hotel Schloss Fuschl, Assistant Manager Food & Beverage
Geschäftsführer Marketing, Tourismusverband Obergurgl-Hochgurgl (Hauptvorstand Mitterhofer)
Geschäftsführer Tourismusverband Ötztal (Hauptvorstand Anhang)

Lehrgang Diplom Tourismusmanager – Business Manager*
Mitglied der Geschäftsführung, Hotel-Rohr und Interalpin Hotel (ca. 100 Mitarbeiter) (Eröffnung der Hochzeitsgemeinde Indoor Golf Anlage in Aken Alpen)

Seit 2008
Peter Edelbacher & Co. Mitglied der Geschäftsführung
Sales & Marketing, Interner Marketing, Aufbaugemeinschaft, Restaurant- und Hotelbetreuung, Mitarbeitertraining von Software Lösungen für die Hotellerie
Geschäftsführer Hotel Rohr und Interalpin Hotel
Gesellschafter Hotel & Spa

Lehrgang Diplom Tourismusmanager – Business Manager*
Mitglied der Geschäftsführung, Hotel-Rohr und Interalpin Hotel (ca. 100 Mitarbeiter) (Eröffnung der Hochzeitsgemeinde Indoor Golf Anlage in Aken Alpen)

> Mein Workshop war sehr kommunikativ und interaktiv mit vielen, fachlichen/inhaltlichen, Arbeitsblätter, Offene Worte von Menschen die mit mir konnten (zu) wenn einen Vorstand bedingen meinen, keine Berührungsängste diskussion einem Diskussion Diskussion und sehr gute Vorschläge.

Sören Auer

Dr. Sören Auer studierte Mathematik und Informatik in Dresden, Hagen und Glasknicksg.r. Russland. Vor dem Einstieger einen Informatik-Studium

Ergebnisse

Direktvermarktung u. Customer Journey - Christian Maurer - Protokoll als PDF

Qualifizierung/Professionalisierung, Kompetenzzentrum - Harald Gohm - Protokoll als PDF

Future szenarios/ Zukunftstechnologien: Mobile, Personalisierte Services, ... - Markus Lassnig

Erwartungen an den Vertreib in der Zukunft - Andreas Lackner - Protokoll als PDF

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

Kommunikationskanäle

Website: http://www.tourismus2020.com/2013/

Google Plus: https://plus.google.com/b/111621308740657572064/111621308740657572064/

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

EuropahausMayrhofen
Zillertal Congress

seekda

Tirol
Standortagentur

STI · INNSBRUCK

Sponsoren

NAVIGATION 2013

- Home
- Ziel des Workshops
- Programm
- Ort und Zeit
- Referenten und Präsentationen
- Organisationskomitee
- Advisory Board
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Kommunikationskanäle
- Sponsoren

EuropahausMayrhofen Zillertal Congress

Europahaus Mayrhofen

seekda

Seekda

Tirol Standortagentur

Standortagentur Tirol

STI · INNSBRUCK

STI Innsbruck