

Wer nicht kommuniziert, verliert

03.08.2009, 09:11 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *FineArtReisen*

Das Informationsverhalten der Reisenden via Internet steht im krassen Gegensatz zum Informationsangebot deutscher Reisedienstleister

Die alljährlich wiederkehrende Leier von Statistiken unterschiedlicher Quellen bestätigen die Firmenphilosophie von FineArtReisen: 80% der Reisen - so heißt es allenthalben - werden aufgrund von Informationen aus dem Internet entschieden. Der VIR (Verband Internet Reisevertrieb) rechnete unlängst vor, dass 94% der 16- bis 64-jährigen Onliner sich zuerst im Internet über ihre geplanten Reisen informieren. Die Beliebtheit von FineArtReisen mit seiner stetig wachsenden Leserschaft ist der Beweis für die richtige Entscheidung, ein Reiseinformationsmedium im Internet zu etablieren. Täglich präsentiert FineArtReisen Beiträge aus der weiten Welt des Tourismus und erschließt kontinuierlich neue Informationsquellen, um die steigende Nachfrage nach Reiseinformationen zu bedienen.

"Was allerdings die individuelle Suche nach Reiseinformationen und -angeboten im dargestellten Ergebnis im Internet betrifft, so stehen hier Nachfrage und Angebot im krassen Missverhältnis", so Claudia Zywiets, Chefredakteurin von FineArtReisen. Hintergrund zu dieser Aussage ist die Erfahrung, die das Redaktionsteam von FineArtReisen im Zuge umfangreicher Informationsrecherchen zum Themenschwerpunkt "Bayerischer Wald" im Frühjahr diesen Jahres gemacht hat. Reisedienstleister, die kontaktiert wurden, um mit ihnen über das Internet als Informations- und Content-Pool zu diskutieren, äußerten sich oft pessimistisch. Nicht selten wurde behauptet, "das Internet bringt nichts". Einzelfälle? Keineswegs! Befragungen in der Region Bodensee spiegelten die gleiche Einstellung. Im Ergebnis der Gespräche wurde stets betont, dass man natürlich im Internet präsent sei. Eigene Webseiten auf Anbieterseite sind heutzutage obligatorisch. Eine Anbindung an das Reisebuchungsportal des regionalen Tourismusvereins gehört heute ebenso zum "Standard" wie der Eintrag in mehrere(!) kostenpflichtige Branchenportale. Doch woran hapert es, dass sich trotz dieser Standard-Maßnahmen kein (Buchungs-)Erfolg einstellt?

Zum Beispiel liefert die Suchmaschine Google auf die Frage nach „Reiseinformationen Bayerischer Wald“ durchwegs ganz andere Ergebnisse als die erhofften Verweise auf die Buchungsseiten der Tourismusvereine, auf Branchenportale oder vor allem auf die Webseiten der touristischen Anbieter. Armin Rohnen, Herausgeber von FineArtReisen zu diesem Ergebnis: "Noch nicht einmal Reisebüros oder anderweitige Reiseangebote werden auf den vorderen Seiten gelistet. Sie können die Begriffskombinationen im übrigen beliebig durchprobieren und Sie werden letztlich immer auf das gleiche Ergebnis stoßen. Auf der Suche nach „Reiseinformationen ???“ erhalten Sie in aller Regel alles andere, nur nicht das erhoffte Informationsangebot der jeweiligen Reisedienstleister. Gleiches gilt für so eine schöne Suchkombination wie „musik naturklänge zelten konzert alpen“, die einen Informationsbedürftigen auf die Webseite zu FineArtReisen führte".

Wo sind Antworten zu finden? Um hier auf die Spur zu kommen, ist es für alle Reisedienstleister mit eigener Webseite wichtig, zu verstehen, wie die Mechanismen im Internet funktionieren. Mit Hilfe der Google-PageRank- und AlexaTraffic-Rank-Anzeige im Browser kommt man der reservierten Haltung vieler Reisedienstleister schon näher, die behaupten, dass das Internet angeblich nichts bringt. Webseiten mit einem ansehnlichem Google-PageRank (egal welche Branche) gibt es wenige, dafür umso mehr Webseiten mit auffällig veralteten Inhalten und sichtbaren (!) Aktualisierungsdaten von Anno dazumal. Ohne Frage, dass diese Webseiten nicht sonderlich erfolgreich sein können. Das Rechercheergebnis macht nachdenklich. Die Suche nach „musik naturklänge zelten konzert alpen“ zeigt auf jeden Fall deutlich auf, wie differenziert heutzutage das Informationsbedürfnis der Reisenden ist. Andererseits ist auch deutlich zu erkennen, wie wenige Antworten deutsche Reisedienstleister, das örtliche Hotel und sein touristischer Dachverband darauf zu geben haben. „Wer nicht wirbt, stirbt“ lautet ein flotter Spruch aus der Werbebranche. Das selbe gilt für die Verbreitung von Informationen im weltweiten Netz: Wer nicht kommuniziert, verliert.

FineArtReisen, die Reisezeitung im Internet bietet die einzigartige Möglichkeit, Reiseinformationen und Angebote im Rahmen suchmaschinenoptimierter Beiträge auf der reichweitenstarken Webseite von FineArtReisen zu publizieren.

Parallel dazu bietet FineArtReisen eine Webseiten-Schnittstelle für Reisedienstleister an, um am Content von FineArtReisen zu partizipieren.

Portrait

Viele gute Gründe FineArtReisen zu lesen - und dort zu werben:

Das Publikum der Reisezeitung FineArtReisen setzt sich intensiv und anbieterunabhängig mit seinen Reisezielen auseinander, sucht gezielt nach aussagekräftigen Informationen und plant Reisen gemäß seines individuellen Anspruchs. FineArtReisen, die Reisezeitung im Internet publiziert seit April 2006 mit einer außergewöhnlichen Informationsdichte rund um das Thema Reisen. Reiseinformationen und Reiseberichte werden von Journalisten redaktionell aufbereitet. Kompetenz und Unabhängigkeit zeichnen die hohe Qualität von FineArtReisen aus. FineArtReisen informiert über touristische, kulinarische und kulturelle Veranstaltungen im In- und Ausland und präsentiert empfehlenswerte Literatur aus dem weiten Themenspektrum Reisen, Fotografie, Kulinarika sowie Kunst&Kultur. Das Informationsangebot von FineArtReisen wird abgerundet durch Reisereportagen aus aller Welt, die spannend und unterhaltsam sind und in ihrer Informationsdichte im Internet ihres Gleichen suchen. FineArtReisen ist nicht nur eine werktäglich aktualisierte Reiseinformationsquelle, sondern auch ein Informationsarchiv, das bedeutet, im Content der WebSeite von FineArtReisen lassen sich aktuell über 20.000 Beiträge recherchieren.

News-ID: 335638 • Views: 1027 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/335638/Wer-nicht-kommuniziert-verliert.html>