

## PRESSEINFORMATION

# Tourismus-Trends für 2017: Flexibilität ist gefragt

### Im neuen Jahr stehen weitere digitale Veränderungen ins Hotel

#### Problematik der Hotelbewertungen: Hoher Bewertungsdurchschnitt „heute schon Pflichtaufgabe“

Die Hotellerie steckt noch immer in einem Umbruch der digitalen Vertriebswege. Wer jetzt den Einstieg in die vernetzte Distribution nicht schafft, bleibt auf der Strecke. Die Gäste kommen auch künftig über viele verschiedene Kanäle ins Hotel, doch die Wege und Formate werden sich weiter ändern und verschieben. Strategische Flexibilität ist in unsicheren Zeiten eine Tugend.

#### Neue Chancen nützen

Das neue Jahr ist noch frisch, aber die Anforderungen an touristische Unternehmer werden nicht weniger. *„2017 steht durch den Wegfall der Ratenparität nicht nur der Direktvertrieb erneut auf dem Prüfstand. Neue Tools und technologische Trends fordern unsere vollste Aufmerksamkeit, um weiterhin nicht nur die Gästezahlen, sondern auch die Gästezufriedenheit hochzuhalten!“* skizziert Marco Riederer von der Prodingler Tourismusberatung den Ausblick auf ein spannendes Jahr.

#### Hoher Bewertungsdurchschnitt und Kosten/Nutzen-Rechnung

Die Dichte an Hotelbewertungen hat zumindest in den Ballungszentren bald ihren Zenit erreicht. *„Ein hoher Bewertungsdurchschnitt ist heute kein Unterscheidungsmerkmal mehr, sondern absolute Pflichtaufgabe!“* betont Riederer. Auch im Social Media Marketing müsse die Hotellerie in der Ära der Vernetzung endlich die richtigen Schlüsse ziehen. *„Viel Geld und viel Zeit werden nach wie vor planlos verpulvert, weil der Return-on-investment nicht oder nicht richtig gemessen wird!“* so der Experte.

#### Von neuen Preisstrategien bis zur E-Mobilität. Die Prodingler Tourismusberatung hat 10 digitale Trends für den Tourismus ermittelt.

- Der Fall der Ratenparität erfordert neue Preisstrategien
- Der Einfluss von Metasuchmaschinen wächst enorm
- Ein hoher Bewertungsdurchschnitt ist kein Differenzierungsmerkmal mehr, sondern wird zur Pflichtaufgabe
- Chatbots nehmen Einzug in den Kommunikationsalltag
- Mobile Check-Ins werden alltäglich
- Hotelmarketing startet in die Ära der Vernetzung
- Der „Billboard Effect“ neigt sich seinem Ende zu
- Airbnb & Co dienen als Vorbilder für neue Vertriebskonzepte
- E-Mobilität schreitet voran und eröffnet neue Marketing-Perspektiven
- Robotisierte Services und künstliche Intelligenz sind auf dem Vormarsch

Mehr Infos unter <http://www.prodingler-tourismusberatung.at/2017/01/05/touristische-trends-2017>

Die PRODINGER BERATUNGSGRUPPE mit Hauptsitz in Zell am See ist Mitglied in mehreren Netzwerken. Als führende Wirtschaftsberatung unterstützt sie ihre Kunden in den Geschäftsfeldern Steuerberatung,

# PRODINGER

T O U R I S M U S B E R A T U N G

Unternehmensberatung, Wirtschaftsprüfung, Rechtsberatung, Marketing und Digitalisierung. Die Firmengruppe hat Spezialisten in den Branchen Tourismus, Bau- und Baunebengewerbe, Immobilienwirtschaft, freiberufliche Tätigkeiten, Handel, Gewerbe und Dienstleistung. Das Netzwerk hat Standorte in Bad Hofgastein, Bozen, Innsbruck, Lech am Arlberg, Linz, Mittersill, München, Saalfelden, Salzburg, St. Johann im Pongau, Velden, Wien und Zell am See. Die Netzwerkgruppe betreut aktuell mehr als 6.000 Kunden, davon über 500 Hotelbetriebe, 30 Destinationen und 40 Bergbahnen. Derzeit sind 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an 13 Standorten tätig. Die Prodinger Beratungsgruppe ist international vernetzt mit der GGI geneva group.

## **Rückfragen & Kontakt:**

PRODINGER TOURISMUSBERATUNG

Marco Riederer

Franzensgasse 14/1+7, 1050 Wien, Tel. +43 1 581 14 33-56, [m.riederer@prodinger.at](mailto:m.riederer@prodinger.at)