



Eine funktionierende Internetverbindung ist für Blogger auch am schönsten Sandstrand unumgänglich

Foto: Liebenberger

# Vom Internet direkt in das Reisebüro

Reiseblogger werden als Meinungsbildner für die Tourismusverbände immer wichtiger

Von Gabriel Egger

**LINZ.** In aller Frühe aufstehen, den gesamten Tag lang einer geregelten Arbeit nachgehen und am Abend noch stundenlang Fotos bearbeiten, Texte schreiben und versuchen möglichst viele Menschen damit zu erreichen: Das ist der ganz normale Alltag eines Bloggers. Diese meist unbezahlte Nebentätigkeit wird für Tourismusverbände jedoch immer wichtiger. Die „Reiseblogger“, wie sie sich selbst nennen, nehmen Kurs auf eine erfolgreiche Zukunft. Und das nicht nur mit dem Kreuzfahrtschiff.

**Blogger müssen Nischen finde**  
Durchschnittlich sind Reiseblogger zwischen drei und vier Monaten im Jahr unterwegs, um Eindrücke zu sammeln, über die sie später berichten können. „Die Blogger wurden meist sehr unterschätzt, doch ihr Wert ist riesig, auch für den Tourismus“ sagt Gerhard Liebenberger. Der Blogger aus Leidenschaft, der gerade von einer Kreuzfahrt in Norwegen zurückgekehrt ist, organisiert im April 2016 die erste Bloggerkonferenz in Österreich. „Es ist wichtig, sich

auch untereinander zu vernetzen. Nur so kann man seinen Bekanntheitsgrad nach oben schrauben“ sagt er. Was einen guten Blogger ausmacht, das weiß Liebenberger auch genau: „Eine gewisse Reichweite ist natürlich unumgänglich, aber das Thema muss ansprechend sein. Eine Nische ist wichtig“. Liebenberger selbst arbeitet sehr individuell und hat mit einem Blog über Schienenreisen eine eigene Thematik gefunden. Doch nicht nur auf dem eigenen Blog

müssen regelmäßig Fotos, Berichte und sonstige Neuigkeiten veröffentlicht werden. Die Social-Media-Kanäle sind das zweite Standbein jedes Bloggers und noch auffälliger als eine gut gestaltete Homepage. „Blogger haben eine beachtliche Meinungsbildnerfunktion. Vor allem die Bilder auf Facebook und Instagram sprechen uns und viele andere an“ sagt Reinhard Lanner. Er ist Bereichsleiter Digital Media im Salzburgerland-Tourismus und arbeitet eng

mit Reisebloggern zusammen. Für ihn sind qualitative Kriterien genauso von Bedeutung, wie ein spezielles Thema, um das sich die Schreibenden annehmen: „Reichweite ist oft gar nicht so wichtig. Tolle Bilder, kreative Texte und eine zu spürende Leidenschaft machen es aus“ sagt er.

### „Gemeinsam digital arbeiten“

Die Mund-zu-Mund-Werbung werde nun von einer elektronischen Werbung abgelöst. Darum müssen die Tourismusverbände selbst sehr aktiv im Netz unterwegs sein. „Es gilt dann auch die Blogger einzuladen, ihnen die Freiheit für ein eigenes Erlebnis zu gewähren und gemeinsam auf digitaler Ebene zu arbeiten“ sagt Lanner. Doch nicht nur mit Reisen können Blogger punkten. Auch in Sachen Ernährung gibt es immer mehr virtuelle Aktivitäten. „Wir hatten auch schon große Food-Blogger-Treffen“ sagt Lanner. Blogger vernetzen sich weltweit, werden daher auch in Zukunft einen werbetechischen Mehrwert haben. Wenn dann auch noch Einheimische die Einträge der Blogger verbreiten, schafft das ein großartiges Tourismusbewusstsein.

### REISEBLOGGER UNTER SICH

**Reiseblogger.at:** Das Netzwerk für alle Reiseblogger in Österreich. Die Blogger tauschen sich untereinander aus, geben Tipps und verabreden sich zu gemeinsamen Unternehmungen.

**Andersreisen.net:** Der Blog von Gerhard Liebenberger befasst sich mit dem individuellen Entdecken. Spezialisiert hat er sich auf Bahnreisen. Liebenberger wird seine Erfahrungen im April 2016 auf der ersten Bloggerkonferenz in Linz mit allen Interessierten teilen.

**Bloggerkonferenz 2016:** Im April 2016 wird in Linz die erste österreichische Bloggerkonferenz stattfinden. Diese dient zu Vernetzung, aber auch zum Eintauchen in die Thematik. In Vorträgen werden zuerst theoretisch Ratschläge verteilt, bevor sie in eigenen Workshops praktisch angewendet werden. Die Konferenz wird zwei Tage dauern.

### Internet-Tipp

#### Virtual Reality: Unser Land zum Anschauen

Es ist einfach: eine Kartonbox mit Biconvex-Linsen, eine Google-App, 360 Grad Panoramabilder und ein Smartphone. Daraus ergibt sich eine Virtual Reality Brille, mit der der Betrachter beispielsweise schöne Bilder, beeindruckende Landschaften, aber auch Filme oder Strecken-Überflüge in 3D ansehen kann. Und sich so für seine nächste Reise inspiriert.

Das Google Cardboard wurde für Oberösterreichs Tourismus anlässlich der Expo-Präsentation in Mailand adaptiert. 360 Grad Ansichten aus Oberösterreich wurden so vor die Linse geholt und begeistert mit Motiven, aber auch durch die innovative Technik. Das Cardboard kam dabei erstmals europaweit im Tourismus zum Einsatz und verstärkt damit auch die touristische Technologieführerschaft Oberösterreichs.

Die Software gibt's per APP am Smartphone - und in Verbindung mit 3D-fähigen Foto- bzw. Filmmaterial und dem Cardboard entsteht eine kostengünstige Virtual Reality-Anwendung. Auch Google Photosphären (produziert mittels APP oder einer dafür modifizierten digitalen Spiegelreflex-Kamera (DSLR)) eignen sich zur Betrachtung. Gesteuert wird durch die Kopfbewegung. Virtual reality ist damit Teil des Tourismusmarketing geworden, das insbesondere in der Inspirationsphase / Kommunikation mit dem Gast genutzt werden kann. Nach dem erfolgreichen Test in Mailand arbeiten Oberösterreichs Touristiker schon an weiteren Anwendungsmöglichkeiten ...



Schöne Bilder durch die Brille (Novaga)

# Betriebe lernen, wie wichtig Daten für gute Online -Auftritte sind

Wirtschaftskammer und Oberösterreich Tourismus schaffen mit den „Tourdata-Powertagen“ Bewusstsein bei den Betrieben

Von Stefan Minichberger

**LINZ.** Mehr als 50.000 touristische Daten - von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, Sehenswürdigkeiten, Urlaubsangeboten und den verschiedensten Veranstaltungen und Touren werden derzeit in Tourdata, dem gemeinsamen Tourismusinformationssystem für die oberösterreichische Tourismusbranche, gepflegt.

„Wir wollen sowohl die Quantität als auch die Qualität der Daten deutlich erhöhen“, sagt Georg Bachleitner, Marketingverantwortlicher im Oberösterreich Tourismus. Dazu werden seit dem Frühjahr in den Bezirken des Landes die sogenannten Tourdata-Powertage abgehalten. Die erste Runde mit den Bezirken im Innviertel ist fertig

absolviert. Derzeit stehen die Bezirke Linz, Linz-Land, Wels und Wels-Land auf dem Programm. „Wir klären die Betriebe zuerst einmal auf, was Tourdata überhaupt ist. Dann bekommen sie die Information, was für ihren Auftritt wichtig ist, wie viele Bilder sie brauchen und wie lang die Texte beispielsweise sein sollen“, erklärt Bachleitner. Auch Themen wie die Suchmaschinenoptimierung werden bei den Powertagen besprochen.

Für die Tourismusverbände und OÖ. Tourismus ist Tourdata nicht nur zentrale Datenbank, sondern auch die Basis für viele Online-Aktivitäten, beispielsweise auf Webseiten wie [www.oberoesterreich.at](http://www.oberoesterreich.at), Karten, und auch mobilen Anwendungen (Apps). „Wir haben bei den ersten Powertagen die Er-



Gut besuchter Tourdata-Powertag in Braunau.

Foto: wko

fahrung gemacht, dass viele Betriebe die Bedeutung von Tourdata noch nicht gesehen hatten“, sagt Bachleitner. Es werde das Bewusstsein geschaffen, dass der Auftritt

außer der eingesetzten Arbeit nichts kostet, dadurch aber ein höchst interessanter Kommunikations- und Vertriebsweg geschaffen werden kann.

Für die Eingabe der Daten in Tourdata gibt es drei Möglichkeiten. Der Betrieb kann sie mit einem eigenen Login/Passwort selbst eingeben. Teilweise übernehmen die Tourismusverbände die Tätigkeit. Die Betriebe müssen aber selbst Texte und Bilder liefern. Erstmals werden Daten nun aber auch zentral eingegeben. Ein Fragebogen dazu wurde an die Betriebe verschickt.

### Evaluierung im Frühjahr 2016

Im Frühjahr 2016 soll der Erfolg der Qualitätsinitiative in Tourdata erstmals gemessen werden. Bis dahin können sich Betriebe noch bei den Tourdata-Powertagen informieren. Infos und Anmeldung unter: <https://www.reglist24.com/tourdata-powertage>