

Salzburger Wirtschaft

Die Zeitung der Wirtschaftskammer Salzburg · 67. Jahrgang



Nr. 25 · 19. 6. 2015

Steuerreform: Einiges verbessert, aber weitere Verhandlungen nötig

WKÖ: In der parlamentarischen Behandlung weitere Widersinnigkeiten beseitigen · Seite 10



Teilen und daran verdienen

Tourismuskammer Salzburg fordert klare Regeln für Sharing Economy.

Seiten 4/5

P.b., Wirtschaftskammer Salzburg, Julius-Raab-Platz 1, 5027 Salzburg - 02031617W - Preis € 1,70

Foto: Forollia



UCARVER der neue Klapp-E-Roller

für Betriebe mit langen Gängen, großen Hallen oder weitem Betriebsgelände:
umweltfreundlich, weniger Anstrengung (Ladekorbe möglich), erhebliche Zeitersparnis!

== Entwicklung, Produktion, TÜV-Prüfung und Service in Österreich ==

Der wendige UCARVER verbindet neueste Technologie mit Umweltbewusstsein+Lifestyle. Als wichtige Ergänzung zu Auto und öffentl. Verkehr sollte das handliche Gerät (ca. 13kg mit komfortablen Luftreifen) zukünftig für Stadtfahrten in keinem PKW-Kofferraum fehlen. Ideal auch für Messen, Spitäler, Freizeitparks, Betriebsgelände (am Flughafen Wien schon erfolgreich im Einsatz). Sicheres Kurvenfahren durch patentiertes Carving-Gelenk, breites Trittbrett+3 Räder. Wartungsfreier, prozessorgesteuerter BLDC-Motor (500W) mit Lithium-Ionen-Akku, bis 25km weit + bis 25km/h schnell.

Ausstellung im UCARVER-Store: Wien 1, Opernring 5, Info: www.ucarver.com

Zur Präsentation unseres hochwertigen City-Rollers suchen wir auch Partner mit Ausstellungsflächen, Vertriebsstruktur und passender Produktpalette. Ihre Vorstellungen bitte an office@ucarver.com



Alu €1.500-UC

Branchen

Mehr Präsenz im Internet schaffen

Unter dem Motto „Onlinekommunikation im Wandel“ stand der heurige „E-Tourismus-Tag“ von WK Salzburg und Salzburger Land Tourismus Gesellschaft (SLTG).

Das Internet samt seinen vielen Buchungsplattformen ist aus der heutigen Tourismuswirtschaft nicht mehr wegzudenken. Doch wie kann sich ein Betrieb möglichst effizient im World Wide Web positionieren? Darüber informierten Experten beim „E-Tourismus-Tag 2015“ von WKS und SLTG im WIFI Salzburg.

Die marktbeherrschende Internetplattform in Österreich ist Google. Bis zu 90% der Onlinebuchungen laufen über diese Suchmaschine. Daher ist eine gute Positionierung eines Unternehmens auf dieser Plattform beinahe ein Muss. Das kann am besten mit Suchmaschinenoptimierung erreicht werden. „Für ein gutes Ranking bei Google sind gute Inhalte und eine klare Struktur auf einer Homepage besonders wichtig“, weiß Daniel Herndler von der get on top gmbh.

Optimierung in Eigenregie

Weitere entscheidende Kriterien sind interne Verlinkungen und möglichst kurze Ladezeiten. Diese könnten vom Nutzer selbst unter <http://2go.at/wpt> optimiert werden. Wichtig sei es auch, die Homepage in den Sprachen aller Gästegruppen anzubieten. „Wenn ich russische Gäste habe, müssen sie auch die die Informationen auf meiner Website lesen können“, sagte Herndler. Besonders problematisch seien Relaunches von Websites. „Wird hier der



Bei der Tourismusakademie „Onlinekommunikation im Wandel“ (v. l.): Markus Schauer (vertriebscoach.at), Daniel Herndler (get on top gmbh), Moderatorin Maria-Theresa Schinnerl, Rainer Edlinger (SLTG), Sparrenobmann Albert Ebner, Prof. Mario Jooss (FH Salzburg), Barbara Guger (feingestalten.at), Reinhard Lanner und Leo Bauernberger (beide SLTG).

Foto: WKS/Neumayr

Content einer Website zu stark verändert, stützt man auch im Google-Ranking ab“, gibt Herndler zu bedenken. Unverzichtbar seien mittlerweile mobile Lösungen für Smartphones und Werbeschaltungen im Internet. Dabei sollte eine Ausgewogenheit zwischen Onlinewerbung und Suchmaschinenoptimierung herrschen. Mit verschiedenen „Google-Webmaster-Tools“ können Unternehmen ihre Sichtbarkeit im Internet übrigens selbst erhöhen.

Geschichten erzählen

Eine neue und besonders persönliche Form des Internetauftritts ist das „Multimedia-Storytelling“. „Jeder hat Geschichten zu erzählen und kann sie in Form von persönlichen Videos ins Inter-

net stellen. Die SLTG hat hier im Rahmen der Initiativen ‚Logenplatz‘ und ‚Via Culinaria‘ umfangreiche Erfahrungen gesammelt. Gastronomiebetriebe sind auch aufgefordert, die Regionsvideos der SLTG auf ihren Homepages zu verwenden“, betonte Reinhard Lanner von der SLTG.

Eine gute Möglichkeit, um Inhalte bzw. Themen im Internet messbar zu machen, ist die Kennzeichnung mit Hashtags (#). „Die SLTG hat durch den Eventhashtag #worldcupsaalbach eine Reichweite von 27 Millionen Usern ermittelt“, sagte Rainer Edlinger von der SLTG. Hashtags seien grundsätzlich kostenlos. Auch dabei stehen die Experten der SLTG den Unternehmen beratend zur Verfügung.

Dem Thema „Was Gäste im Hotel wirklich wahrnehmen“

widmete sich schließlich Barbara Guger von feingestalten.at. „Auch wenn sich das die wenigsten Hoteliers vorstellen können, für die meisten Gäste ist ihr Hotel etwas Lebendiges“, betonte Guger. „Es ist ein Beziehungsraum, in dem es vor allem um Sicherheit und Erleben geht“, sagte Guger weiter. Gäste würden daher Fehler oder Mängel leichter verzeihen, wenn sie die Hoteliersfamilie persönlich kennen.

Auch die Geschichte eines Hauses sei ein zentraler Faktor und müsse transportiert werden. Bei der Einrichtung sollten die Unternehmer auf Authentisches und Natürliches wie Holz setzen. „Besonders bei Bädern – Stichwort Hygiene – ist es wichtig, am neuesten Stand zu sein“, betonte Guger. Teppiche seien unhygienisch und out.