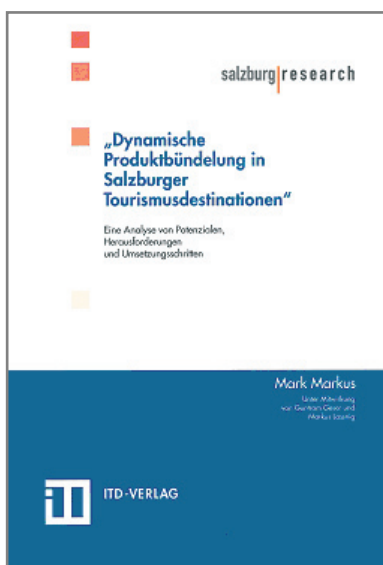


# DYNAMISCHE PRODUKTBÜNDELUNG

## EIN KONZEPT FÜR SALZBURGER TOURISMUSDESTINATIONEN AUF DEM PRÜFSTAND



Dynamische Produktbündelung steht in der Tourismusindustrie für ein einziges online Reiseportal, auf dem Urlaubsgäste ihre gesamte Reise individuell zusammenstellen und buchen können, ohne auf die Webseiten der Zulieferer ausweichen zu müssen. expedia.de, lastminute.com und TUI sind Beispiele, die alles aus einer Online-Hand zu einem günstigen Paketpreis anbieten: Angebotsuche, Verfügbarkeitsprüfung, Buchung von An- und Abreise, Unterkunft, Leihwagen, Versicherung, Karten für Veranstaltungen und vieles mehr.

### Ein Wundermittel?

Das innovative E-Business Konzept etabliert sich zusehends als ein ‚Wundermittel‘, das für Kunden und Anbieter touristischer Leistungen Vorteile verspricht. Bislang blieb diese Versprechung jedoch ungeprüft. Fraglich ist dabei vor allem, wie sich kleinere Tourismusregionen in einem Feld verhalten sollen, das bislang von Tourismusgiganten dominiert wird.

Das Buch „Dynamische Produktbündelung in Salzburger Tourismusdestinationen“ informiert über organisatorische und technologische Aspekte, über Geschäfts- und Vertriebsmodelle, bietet Marktanalysen und zeigt Umsetzungsschritte auf.

Die europaweit erste Studie dieser Art soll die Touristiker dabei unterstützen, sich ein eigenes Bild zu machen und Chancen und Risiken von dynamischer Produktbündelung abzuwägen.

### Die Chancen

Die Chancen für Tourismusdestinationen liegen in der Optimierung des Vertriebs und der Intensivierung regionaler Kooperationen durch entsprechende Geschäftsmodelle. Für das Regionenmarketing entsteht ebenfalls ein Mehrwert. Das Erscheinungsbild einer Destination nach außen wird einheitlicher, sie kann sich als Ganzes präsentieren.

Betrachtet man die Kundenseite, so würde man dem Buchungsverhalten von Urlaubern entgegenkommen, sind sich auch die befragten Salzburger Touristiker der Studie einig. Der via Web buchende Tourist ist längst keine Ausnahmeerscheinung mehr.

### Die Herausforderungen

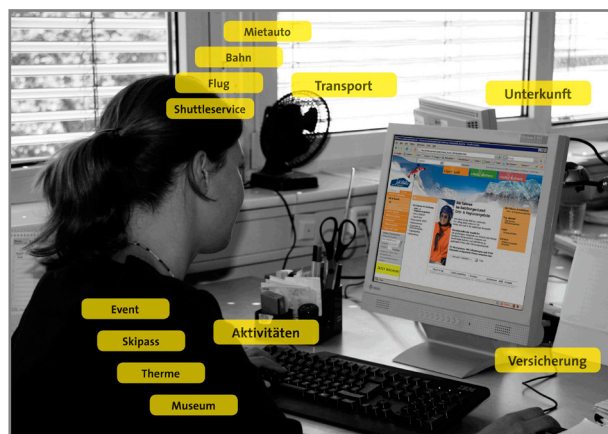
Und doch gibt es Herausforderungen, die nicht zu unterschätzen sind. Der Übergang der informations- und marketingorientierten Webseiten der Salzburger Tourismuslandschaft, hin zu einer einzigen regionalen Angebotsplattform, die sämtliche Teilleistungsträger integriert, gleicht einem kostspieligen Quantensprung. Vor allem deshalb, weil die Umsetzung nicht nur die Implementierung innovativer Technologien erfordert, sondern vor allem eine tiefgreifende Reorganisation der dahinterliegenden Geschäftskultur notwendig macht.

In erster Linie sind es also organisatorische Hürden, mit denen die Träger touristischer Leistungen konfrontiert sein würden. Zum Beispiel geht es um die Einbindung aller Leistungszulieferer, die Standardisierung der

Daten, Ausverhandlung von Businessregeln, die Preisgestaltung und Abrechnungsmodalitäten unter den Zulieferern.

### Realistische Erwartungen sind wichtig

Es sei darauf hingewiesen, dass man der dynamischen Produktbündelung v.a. in kleineren Tourismusregionen keinesfalls mit überzogenen Erwartungen begegnen darf. Die Hoffnung einzelner touristischer Leistungsanbieter, dadurch höhere Margen, eine verbesserte Kapazitätsauslastung oder eine langfristige Kundenbindung zu erzielen, müssen auf ein realistisches Niveau gebracht werden. Inwieweit die Produktbündelung für Destinationen sinnvoll ist, hängt von vielen Faktoren ab. Entscheidend sind der Preisvorteil für Kunden, die Destinationsgröße, die Anreiseform der Gäste und die Quantität der Angebote auf der Webseite.



Eine Untersuchung gängiger dynamic packaging Anbieter am Markt zeigt, dass die Anzahl der Zulieferer eines solchen Portals enorm ist und dass Tausende von Leistungsanbietern an die Webseite angebunden sein müssen. Mit anderen Worten: Dynamische Produktbündelung ist alles andere als ein Heimspiel für kleine Portalbetreiber, auch wenn einzelne Beispiele – wie touropa.com – dieser Regel widersprechen. Hier bleibt abzuwarten, ob und wie lange sich dieser Anbieter am Markt behaupten kann.

### Informationslücke ist nun geschlossen

Auslöser für das Buch war ein Forschungsprojekt mit Salzburger Touristikern, das vom Land Salzburg und der Europäischen Union über das EFRE-Programm finanziell unterstützt wurde. In zahlreichen Experten-Workshops wurde erkannt, dass die Hype-Thematik dynamische Produktbündelung unter den Touristikern auf Interesse stößt und zugleich großer Aufklärungsbedarf besteht.

### Zusatzinformationen

„Dynamische Produktbündelung in Salzburger Tourismusdestinationen. Eine Analyse von Potenzialen, Herausforderungen und Umsetzungsschritten“ ist im ITD-Verlag, Hamburg 2007, erschienen (ISBN 978-3-9810378-2-1, Preis 39,90 Euro)

Der Buchautor Dr. Mark Markus ist eTourismus-Forscher beim ANET Salzburg.

### Kontakt

Dr. Mark Markus

Salzburg Research Forschungsgesellschaft m.b.H.

Jakob Haringer Straße 5/3 | 5020 Salzburg, Austria

T +43.662.2288-305 | F +42.662.2288-222

E-Mail: mark.markus@salzburgresearch.at

www.salzburgresearch.at