



# SEILBAHNEN INTERNATIONAL

## DOPPELMAYR AUFFAHRT MIT AUSSICHT

TOURISMUS  
THESEN MIT WEITSICHT

NACHHALTIG  
DIGITALISIERUNG  
MIT RÜCKSICHT



# AKTUELLE DIGITAL-TRENDS IM CHECK: WOHIN GEHT 'S? UND WOHIN EHER NICHT?

Das Digitale im Marketing wächst enorm. Eine Entwicklung überholt die andere. So unübersichtlich wie die digitale Welt selbst sind auch ihre Marketing-Möglichkeiten.



## SHOPPEN VIA SOCIAL MEDIA

Social Commerce – der Verschmelzung von sozialen Netzwerken und digitalem Einkaufen – wird eine große Zukunft vorausgesagt. Die Social Media Riesen von Facebook bis TikTok setzen darauf und haben bzw. planen Shop-Optionen. Alleine bis jetzt ist die Anzahl derer, die via Instagram & Co bereits eingekauft haben, mit 18 Prozent relativ gering. Das besagt eine aktuelle YouGov-Studie in Deutschland. Immerhin können sich weitere 22 Prozent vorstellen, via Social Media Käufe zu tätigen. Doch bis Social Commerce abseits von Nischen relevant wird, dürfte es noch dauern. *Quellen: W&V 24.01.22 | YouGov/Statista 30.11.21*



## INFLUENCER-MARKETING

Das Segment Influencer-Werbung wächst deutlich: In Deutschland im Zeitraum 2019 bis 2024 jährlich um etwa 23 Prozent. Das geht aus dem Statista Advertising & Media Outlook hervor. Auch International wird laut „State of Influencer Marketing-Report“ von ähnlich hohen Steigerungen ausgegangen. „Influencer-Marketing ist eine besondere ‚Waffe‘ im Kampf um die Aufmerksamkeit der User“, weiß Philipp Hagl vom Beratungsunternehmen InfluencerME. Dank des Vertrauens, das sie in ihrer Community genießen, hätten sie erheblichen Einfluss auf die Kaufentscheidungen ihrer Follower. Das sei hilfreich, insbesondere wenn Nischen erreicht werden sollten, die über klassische Wege nicht ansprechbar sind. *Quellen: W&V 25.01.22 | Statista 05.01.22 | W&V 22.12.21*



## SMS

60 Milliarden SMS wurden in Deutschland 2012 versendet. Seither verloren zwar Text-Kurz-nachrichten ganz und gar nicht an Bedeutung. Doch die Verbreitung von Smartphones ebnete den Weg für WhatsApp, Telegram und andere Messenger-Apps. Deshalb wurden 2020 bei weiterhin rückläufiger Tendenz gerade noch sieben Milliarden SMS versendet. *Quelle: Statista 22.12.21*



## TELEGRAM

Während SMS rückläufig sind, steigen die Nutzerzahlen beim Messenger-Dienst Telegram. Bereits 15 Prozent der Deutschen nutzen Telegram 2021 regelmäßig. 2018 waren es nicht einmal halb so viele. Sich als WhatsApp-Alternative inszenierend, gewinnt der Dienst ständig an Reichweite. Negativ ist, dass die in Dubai beheimateten Telegram-Entwickler augenscheinlich nicht gegen Online-Hetze vorgehen. *Quelle: Statista 22.12.21*

Text: Oliver Pichler  
Grafik: Thomas Surrer



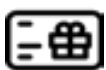
## E-HEALTH-, SPORT-, FIT-APPS

Sport, Fitness und Gesundheit sind vom Sog der Digitalisierung voll erfasst. Sport- & Fitness-Apps, etwa mit Aktivitätsaufzeichnungsfunktion (24 Prozent), Fitness-Armbänder/Tracker (21 Prozent), Smartwatches mit Fitnessfunktion (19 Prozent) und Gesundheits-Apps, etwa für Ernährung (13 Prozent) werden laut Statista Global Consumer Survey immer beliebter. *Quelle: Statista 20.01.22*



## DIE OFFLINE-WELT

Ein Internetzugang wird in den entwickelten Regionen der Erde als selbstverständlich angesehen. Ist es aber global betrachtet nicht. Denn mehr als ein Drittel der Weltbevölkerung hat das Internet noch nie genutzt. 2,9 Milliarden Menschen sind für alle Arten von Digital-/Online-Aktivitäten unerreichbar. Die digitale Kluft ist immer noch enorm – zwischen der westlichen Welt und Entwicklungsländern, aber auch zwischen ländlichen und städtischen Gebieten. *Quelle: Statista 09.12.2021*



## DIGITALE BONUSCLUBS

Kunden-Treueprogramme sind etwa im Handel weit verbreitet. Doch macht ein digitaler Bonusclub auch für Skigebiete bzw. Tourismusregionen Sinn? Schladming-Dachstein wollte es wissen und hat seine eigene digitale Bonuswelt geschaffen – mit aktuell 12.000 Usern. Die strategischen Hintergründe sind klar – Gästebindung & Gästekommunikation. Aber auch das Kontakthalten mit einheimischen Bonusclub-Mitgliedern. Der Nutzen für die User ist vielfältig: Punkte, die dann gegen Prämien eintauschbar sind, können gesammelt werden. Buchungen und Bestellungen sind möglich, individuelle Merklisten für Wanderungen, Gastrotipps, Ausflugsziele u.v.m. können erstellt werden. *Quelle: Schladming-Dachstein 16.12.21*