



SEILBAHNEN INTERNATIONAL

GRAVITY CART REIFEN STATT SKI

HYBRIDE DESTINATIONEN
MISCHBETRIEB STATT MONOKULTUR

DIGITALER BERG
KI STATT BAUCHGEFÜHL



UPDATE DIGITALTRENDS 2023

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM ÜBERBLICK

Digitalisierung ist und bleibt das prägende Thema im Marketing. Laufend gibt es neue Trends, Prognosen und Erkenntnisse. Sieben besonders spannende im Check.

1. Consumer Experience automatisieren

Zur Verbesserung der Consumer Experience, also der Gesamtheit aller Eindrücke, die ein Kunde/Gast während der Dauer des Kontakts mit einem Anbieter hat, kommen immer öfter automatisierte Abläufe zum Einsatz. Viele dieser Anwendungen bauen auf Künstliche Intelligenz. Chatbots etwa werden genutzt, um häufig gestellte Fragen rund um die Uhr schnell und einfach zu beantworten. Sprachnavigation wird dank immer besser werdender Technologien der Spracherkennung, die auch Voice Shopping möglich machen, immer vielfältiger nutzbar. Detaillierte Personalisierung, neue Self-Service-Optionen und verlässlicher Datenschutz sind weitere automatisierbare Anwendungsbereiche.

Quelle: Absatzwirtschaft 13.1.2023

2. Metaverse und seine Relevanz

Fünf Prozent der Deutschen haben das Metaverse, die digitale, virtuelle Welt, die vom Facebook-Konzern Meta seit 2021 aufgebaut wird, bereits genutzt. 33 Prozent haben zumindest schon davon gehört. Selbst bei den 25- bis 34-Jährigen sind es erst 53 Prozent, so eine Studie des Marktforschers Yougov. Es scheint als sei der erste Hype einmal vorbei. Dennoch raten Experten, sich damit als eine neue Entwicklungsstufe des Internets zu befassen, um sich auf den Umgang und die Handhabung von zukünftigen virtuellen Welten vorzubereiten. Quellen: Absatzwirtschaft 12.1.2023 | W&V 13.1.2023

3. Werben auf Händler Plattformen

„Retail Media“, also das Schalten von Werbung auf Online-Plattformen von Händlern, gilt für Experten als überaus attraktiv und wirkungsvoll. Dabei werden die Verkaufsplattformen etwa von Zalando, MediaMarktSaturn oder Douglas dafür genutzt, Produkte anderer Unternehmen zu präsentieren. Zwischen 13 und 27 Prozent Wachstum wird für Retail Media 2023 erwartet.

Quelle: W&V 11.01.2023



Metaverse und Social Media Engagement sind die Schlagwörter für 2023. Foto: Unsplash

4. Wearables - vielfältig im Einsatz

Wearables, am Körper, oft am Handgelenk, getragene Geräte, etwa smarte (Sport-)Uhren, werden immer beliebter und sind vielfältig im Einsatz. Etwa zum kontaktlosen Bezahlen, um sich auszuweisen, bei Zutrittskontrollen, aber auch als Gesundheits-Tracker. Viele weitere Anwendungen, von Skihelmen, die auch Kopfhörer und Smartphone-Freisprecheinrichtung sind, bis zu vibrierenden Westen, smarten Schuhen u.v.m. reichen die immer vielfältigeren Einsatzbereiche.

Quelle: Absatzwirtschaft 10.01.2023

5. Social Media - Engagement steigern

Social Media ist ideal dafür, sich als Tourismusanbieter in Szene zu setzen, Gäste anzusprechen und sie zu binden. Wo, so der deutsche Digital-Spezialist Online Birds, das Potenzial noch zu wenig ausgeschöpft wird, ist bei der Gäste-Interaktion, dem Engagement. Deshalb sollte nicht nur regelmäßig gepostet werden, sondern vor allem auf „Authentische Inhalte, Bewegtbild und Individualität“ gesetzt werden. Das pusht die Engagement Rate. Quelle: Top Hotel, 4.1.2023

6. YouTube sehr beliebt

47 Prozent aller Deutschen sehen sich

einmal pro Woche oder öfter YouTube-Videos an. Darunter sind deutlich mehr Männer (55 Prozent) als Frauen (38 Prozent) und besonders viele Junge Erwachsene (74 Prozent). Mit 2,6 Milliarden weltweiten Nutzern zählt das Portal, auf dem aktuell über 800 Millionen Videos zu finden sind, zu den beliebtesten Online-Plattformen. Besonders oft angesehen werden Musik, Filme, Serien, Bildungsinhalte, Reparaturanleitungen und Unterhaltungsklips. Neu ist der YouTube Fokus auf elektronischen Handel. Quelle: Stiftung für Zukunftsfragen, 5.1.2023

7. E-Mail und SMS nicht unterschätzen

E-Mails und SMS wurden schon länger totgesagt. Doch nun ist eine Trendwende zu beobachten: E-Mail-Marketing - klug zur individuellen Kundenansprache genutzt - steigert immer noch Gästeinteresse und Verkaufszahlen. Experten raten dazu, E-Mails zur Reichweitensteigerung weiterhin und möglichst individualisiert sowie automatisiert einzusetzen. Und auch SMS gewinnen bei Deutschen seit 2021 wieder an Beliebtheit (plus 11 Prozent im Jahresvergleich). Quelle: W&V/Internetworld 21.12.2022 | Statista 6.12.2022

Oliver Pichler