

**Tourismus** – Dutzende Internetportale werben für das Urlaubsland und buhlen um die Gunst der (zahlenden) Hoteliers und Gastwirte

# Webrennen um Südtirol

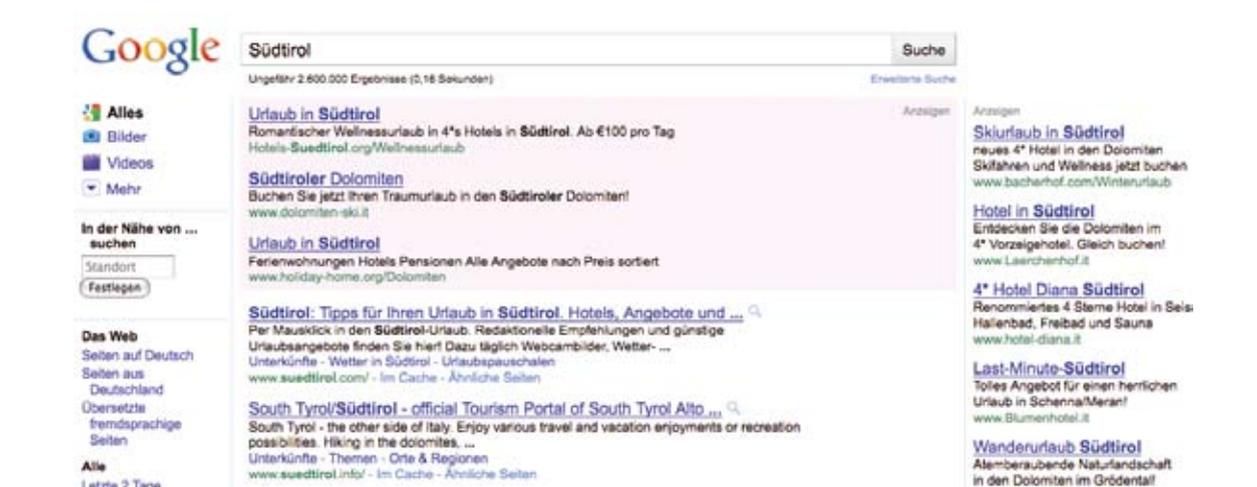
Hoteliers und Gastwirte, die Südtirolportale im Internet für die Gästeanwerbung nutzen möchten, haben die Qual der Wahl. Allerdings sollte in diesem Wildwuchs genau beobachtet werden, **welches Portal wie viele Gäste bringt**. Die Präsenz auf mehreren Portalen macht Sinn.

**Bozen** – Längst hat sich das Internet zur wichtigsten Informationsquelle für Urlaubshungrige aufgeschwungen. Entsprechend wichtig ist es für Beherbergungsbetriebe, im World Wide Web gefunden zu werden. Eine Hilfe für die hiesigen Betriebe können dabei Portale sein, die das Südtirolangebot bündeln. Davon gibt es eine ganze Menge (siehe Infokasten). Südtirol gilt im Internet nämlich neben dem Gardasee als die am heißesten umkämpfte Destination – zumindest was den deutschsprachigen Raum betrifft. Verschiedene Anbieter buhlen mit mehreren Dutzend Südtirolportalen und verschiedenen Konzepten um die Gunst der Hoteliers und Gastwirte und versuchen ihr Portal in den Suchmaschinen ganz nach vorne zu bringen. Von einem Wildwuchs zu sprechen, ist wohl nicht übertrieben.

Zum einen gereicht dies den heimischen Hoteliers und Gastwirten durchaus zum Vorteil – sie haben die Qual der Wahl, wenn sie über Südtirolportale ihre Sichtbarkeit erhöhen möchten. Zum anderen ist die Vielfalt gleich-

**Vielfalt als Vor- und Nachteil zugleich**

zeitig ein Nachteil – welches ist nun das „beste“ Portal? Eine allgemeingültige Antwort auf diese Frage existiert nicht. Abhängig vom Suchbegriff und abhängig von der Suchmaschine wechselt die Reihenfolge der Treffer. Die Suche nach „Südtirol“ spuckt bei google.com die Adressen suedtirol.com, suedtirol.info, suedtirolerland.it, suedtirol.de (in dieser Reihenfolge) aus. Bei google.de lautet die Reihenfolge hingegen suedtirol.com vor suedtirolerland.it vor suedtirol.info vor suedtirol-tirol.com. Bei yahoo.com befindet sich suedtirol.info beim selben Stichwort allein auf weiter Flur – vor den nächsten Urlaubsportalen sind unter anderem noch das Südtiroler Bürgernetz und sogar die Vintler Fußballdamen gelistet. Bei yahoo.de schlagen sich die Urlaubsportale besser: suedtirol.com hat die Nase vorn, es folgen suedtirol.info und suedtirol.de. Dann ein Versuch mit „Urlaub Südtirol“ unter google.com: Es gewinnt suedtirol.com, es folgen urlaub-suedtirol.it, suedtirolerland.it, suedtirol.de und



Suche nach „Südtirol“ bei Google.com: unzählige Urlaubsportale konkurrieren um Gäste und Gastgeber

suedtirol-tirol.com. Und was ist mit der SMG-Seite suedtirol.info? Die taucht erst hinter dem Roten Hahn des Bauernbundes auf.

Die Tests ließen sich beliebig fortsetzen, denn längst suchen die potentiellen Südtirolgäste nicht mehr nur mit Begriffen wie „Südtirol“ und „Ur-

laub Südtirol“, sondern auch mit „Dolomiten“, „wandern“ oder mit Orts- und Gebietsnamen. Ständig arbeiten die Portalbetreiber – zumindest die

seriösen – an ihrer besseren Auffindbarkeit. Probieren geht über studieren, lautet wohl der einzig richtige Rat an Hoteliers und Gastwirte, die die Vielfalt der Südtirolportale nutzen möchten. „Die Hoteliers und Gastwirte tun gut daran zu vergleichen, welches Portal welche Ergebnisse bringt und in welchem Verhältnis diese Ergebnisse zur getätigten Investition stehen“, rät Christian Peer von der Eppanner Peer GmbH, die suedtirolerland.it betreibt. „Ergebnisse“ bedeutet zum einen, wie viele Zugriffe auf die Hotelhomepage über ein Portal zustande kommen, zum anderen aber vor allem, wie viele Buchungen dadurch generiert werden. Geeignete Software für solche Recherchen existiert längst. Jedenfalls

**Ergebnisse der Portale vergleichen**

macht es Sinn, auf mehreren Portalen präsent zu sein, ist Elmar Hilber, der Projektleiter bei Internet Consulting (suedtirol.com) überzeugt: „Alles auf eine Karte zu setzen ist nicht der richtige Weg.“

Eine Hilfe bei der Portalwahl wären auch die jeweiligen Zugriffsstatistiken, doch diesbezüglich geben sich die meisten Betreiber bedeckt. Nur Hilber spricht offen von „täglich 7.000 bis 8.000 Besuchen“ für suedtirol.com. Bei den anderen Betreibern wird höflich abgewehrt: Letztendlich zählen weniger die Zugriffszahlen des Portals, sondern vielmehr die Zugriffszahlen, die das Portal für die einzelne Hotelhomepage generiert. Dem ist wenig entgegenzusetzen.

Christian Pfeifer  
christian@swz.it

## Info

### Die vielen Mitbewerber von suedtirol.info

Unter www.suedtirol.info ist Südtirols offizielles Tourismusportal zu finden, aber längst nicht das einzige. Wer in den verschiedenen Suchmaschinen nach „Südtirol“ oder „Urlaub Südtirol“ stöbert, stößt auf eine ganze Reihe von anderen Portalen, auf denen der potenzielle Gast nach geeigneten Unterkünften suchen kann. Eine Auswahl: suedtirol.com, suedtirol.de, suedtirolerland.it, suedtirol-tirol.com, urlaub-suedtirol.it, suedtirol-reisen.com, meinsuedtirol.com, suedtirol-it.com, suedtirol-hotels.com, urlaub-suedtirol.org, lastminute.suedtirol-reisen.com und und und. Wer gezielt nach Orten oder Bezirken sucht, entdeckt noch mehrere andere Adressen.

Das von Sinfonet betreute und von der SMG beworbene **suedtirol.info** ist sicher das kompletteste Por-

tal, erfolgt die Aufnahme doch automatisch mit der Mitgliedschaft bei einem Südtiroler Tourismusverein. Laut Sinfonet-Direktor Davide Montesin sind derzeit rund 8.000 Betriebe gelistet.

Ganz vorne in den Suchmaschinen – sehr oft noch vor suedtirol.info – platziert sich **suedtirol.com**, das Portal von Internet Consulting. Das Bruncker Unternehmen gehört zu den Internetpionieren im Lande und schnappte dem Land noch in der Urzeit des Internets die attraktiven suedtirol.com- und alto-adige.com-Domains weg, woraufhin die SMG zwischenzeitlich auf hallo.com ausweichen musste und ein langer Rechtsstreit geführt wurde – mit Internet Consulting als Sieger. 636 (zahlende) Beherbergungsbetriebe werden auf suedtirol.com derzeit geführt, die Kosten für die Präsenz variieren je nach Kategorie. Nach der kompletten Überarbeitung des Portals von Anfang Dezember erhofft sich

Projektleiter Elmar Hilber in den nächsten Monaten ein weiter steigendes Interesse vonseiten der Südtiroler Hoteliers.

Ebenfalls nach Kategorie gestaffelt sind die Tarife beim Portal suedtirolerland.it der Eppanner Peer GmbH, das derzeit rund 600 Betriebe umfasst, fast gleich viele wie suedtirol.com. Um die 5.000 sind es laut Geschäftsführer Oliver Koch hingegen bei **suedtirol.de**, dem Portal der Abinto GmbH mit Sitz im deutschen Wendelstein. Allerdings ist das Konzept bei Abinto ein völlig anderes: Abinto versucht, dem interessierten Südtirolgast ein möglichst vollständiges Unterkunftsverzeichnis zu bieten; kostenpflichtig sind für die Beherbergungsbetriebe somit nur Einträge, die auf eine höhere Sichtbarkeit abzielen. „Jene Betriebe, die ein größeres Interesse daran haben, unsere Website als Kommunikationsinstrument zu nutzen, und folglich besser zur Geltung kommen möch-

ten, sind unsere Kunden“, erklärt Koch. Wie kommt ein deutsches Unternehmen überhaupt auf die Idee, ein Südtirol-Portal ins Leben zu rufen? „Die Seite wurde von einem Südtirolfreund, Thomas Göbel, gegründet“, gibt Koch Auskunft.

Weitere Südtirolportale werden von der Kalterer www.suedtirol-tirol.com OHG (**suedtirol-tirol.com**), von der Neumarkter Medialine GmbH (**urlaub-suedtirol.it**), von Südtirol Reisen in Unterinn (**suedtirol-reisen.com** und **lastminute.suedtirol-reisen.com**), von der Zeppelin Group in Meran (**meinsuedtirol.com**), von LICoNet in Lana (**suedtirol-it.com**) und von Casanova Werbung & Kommunikation in Bozen (**suedtirol-altoadige.it**) betreut. Der erwähnten Internet Consulting gehört **suedtirol-hotels.com**. Erwähnenswert ist weiters **urlaub-suedtirol.org**, wo ein Privater – Matthias Süß – ganz persönliche Tipps gibt. Und wie gesagt: Das ist nur eine Auswahl. (cp)