



DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E. V.

PRESSE

Medieninformation:

Deutscher Tourismusverband bewertet touristische Websites von deutschen Städten

Bremen, 7. Dezember 2005: Was zeichnet besonders gelungene touristische Internetpräsentationen aus? Wie lassen sich aktiv neue Kunden gewinnen? Wie gut präsentieren sich die deutschen Städte in dem immer wichtiger werdenden Medium Internet? – Orientierung im Webmarketing des Städtetourismus gibt der Deutsche Tourismusverband (DTV) im Rahmen seiner Grundlagenuntersuchung zum Städte- und Kulturtourismus mit der Bewertung von 203 touristischen Websites deutscher Städte. Berlin, Dresden, Schwerin und Goslar sind – in den verschiedenen Gemeindegrößenklassen – bundesweit beispielhaft. „Elektronische Medien, insbesondere das Internet, gewinnen auch im Tourismus eine immer größere Bedeutung. Für die Destinationen wird es daher immer wichtiger, ihr Angebot anwenderfreundlich ins Netz zu stellen“, so die **DTV-Hauptgeschäftsführerin Claudia Gilles** anlässlich des Städte- und Kulturforums 2005 in Bremen.

Innerhalb der DTV-Studie hat die dwif-Consulting GmbH sämtliche touristische Internetseiten aller bundesdeutschen Städte ab 25.000 Einwohner mit jährlich über 100.000 Übernachtungen einer kritischen Betrachtung unterzogen. Dabei wurden anhand eines umfangreichen Kriterienkataloges Aspekte wie die Präsentation von Sehenswürdigkeiten, Kultur- und Veranstaltungsangeboten sowie von Beherbergungsmöglichkeiten und deren Buchbarkeit, Anreiseinformationen sowie

Leistungen der Tourist-Informationen bewertet. Aber auch Kriterien wie Zielgruppenorientierung, Ticketing, optische Gestaltung und Nutzerfreundlichkeit der Websites wurden unter die Lupe genommen. Finanzielle Unterstützung erfährt das Projekt durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Die beste Internetpräsentation sowohl in der Gesamtkategorie „Städte“ als auch in der Kategorie „Städte mit über 500.000 Einwohnern“ wurde Berlin zugesprochen. Mit www.berlin-tourist-information.de wird Berlin seiner Rolle als bedeutendstes Städtereiseziel in Deutschland voll und ganz gerecht. Das umfangreiche Angebot der Stadt wird mit großer Informationstiefe und Aktualität präsentiert. Mit seiner sehr klaren und präzisen Zielgruppenansprache sowie seiner umfangreichen, online buchbaren Produktpalette setzt Berlin im Internet Trends.

Dresdens Internetseite (www.dresden-tourist.de) bestach in der Kategorie „Städte mit 100.000 bis 500.000 Einwohnern“ mit ihren vielseitigen und nützlichen Inhalten. Mit zahlreichen kreativen Ideen wie Hörbeiträgen macht die Site nicht nur Lust aufs Weitersurfen, sondern vor allem auf einen Besuch der sächsischen Kunst- und Kulturstadt.

In der Kategorie „Städte mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern“ überzeugte Schwerin mit der Site www.schwerin-tourist.de mit seinen umfassenden Inhalten. Hier kommen weder Kulturliebhaber noch Aktivurlauber und Nachtschwärmer zu kurz. Mit dem virtuellen Stadtrundgang können Besucher sicher sein, kein Highlight zu verpassen.

Die beste Site in der Kategorie „Städte mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern“ wurde Goslar zugesprochen. Die Site www.goslar.de ist ein hervorragendes Beispiel dafür, wie auch eine kleine Stadt durch ihren Internetauftritt positiv auf sich aufmerksam machen kann. Das schlüssige

Gesamtkonzept beeindruckt durch äußerst nutzerfreundliche und optisch ansprechende Informationen sowie vielseitige saisonspezifische Inhalte. Die vorbildlichen Anreise- und Lageinformationen und der Goslar-Shop steigern den Wert der Seite für die Nutzer zusätzlich.

Im Rahmen der Webchecks wurden die touristischen Sites zusätzlich in den für die Städte besonders wichtigen Themenbereichen „Internationalität“, „Tagungen und Kongresse“ sowie „Kultur“ bewertet. Beim Themenbereich „Internationalität“ überzeugte besonders die Stadt Trier (www.trier.de) mit einer mehrsprachigen Zielgruppenorientierung sowie aktuellen Angeboten und Tagestipps.

Die Städte sollten den Wert der Sites für die Nutzer durch eine ständige Weiterentwicklung wie etwa der Professionalisierung der Online-Buchungstools weiter steigern. Interessante Zielgruppen sind neben Gruppenreisenden, Kinder, Familien und Senioren zunehmend auch Rad-, Aktiv- oder Wellnesstouristen. Diese Zielgruppen gilt es mit entsprechenden attraktiven Angeboten in die Städte zu locken.

Schwerpunkte der zur ITB 2006 in Berlin erscheinenden DTV-Grundlagenuntersuchung sind die Ermittlung des Nachfragevolumens und die Darstellung der Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Städte- und Kulturtourismus in Deutschland sowie die Darstellung aktueller Entwicklungen, Trends und Potenziale. Die Studie wird Strategien und konkrete Handlungsempfehlungen zur Bewältigung der zukünftigen Aufgaben im Städte- und Kulturtourismus aufzeigen.

Für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Deutscher Tourismusverband e.V., Dirk Dunkelberg
Tel. 02 28 / 985 22 -15
dunkelberg@deutschertourismusverband.de

Gesamtranking Webchecks

1. Berlin – www.berlin-tourist-information.de
2. Dresden – www.dresden-tourist.de
3. Goslar – www.goslar.de

Städte – nach Bevölkerungskategorien

Kategorie über 500.000 Einwohner

1. Berlin – www.berlin-tourist-information.de
2. Hamburg – www.hamburg-tourism.de
3. Bremen – www.bremen-tourism.de

Kategorie 100.000 bis 500.000 Einwohner

1. Dresden – www.dresden-tourist.de
2. Nürnberg – www.tourismus.nuernberg.de
3. Augsburg – www.augsburg-tourismus.de

Kategorie 50.000 bis 100.000 Einwohner

1. Schwerin – www.schwerin-tourist.de
2. Bamberg – www.bamberg.info
3. Neustadt a. d. Weinstraße – www.neustadt.pfalz.com

Kategorie 25.000 bis 50.000 Einwohner

1. Goslar – www.goslar.de
2. Stade – www.stade-tourismus.de
3. Eisenach – www.eisenach.de

Zusatzkriterium „Internationalität“

Unter einer Auswahl von 40 deutschen Städten mit mindestens englischsprachiger Website

1. Trier – www.trier.de
2. Bremen – www.bremen-tourism.de
2. Stuttgart – www.stuttgart-tourist.de
3. Erfurt – www.erfurt-tourist-info.de