

Joachim Graf

Die Zukunft des Tourismus



Joachim Graf



- 48 Jahre, verheiratet, drei Söhne, eine Enkelin
- Themen: Konvergenz von Medien, Kommunikation, Aufmerksamkeitsökonomie
- Keynote-Speaker, Journalist, Buchautor, Herausgeber

 **HighText Verlag**
Business **3.0**



- Ⓢ Consulting, Publishing und **Zukunftsforschung** für **Medienkonvergenz-Märkte**
- Ⓢ iBusiness.de: **Wissensportal** als Branchen-Datamining-Tool
- Ⓢ Trendletter als Hintergrunddienst
- Ⓢ Seit 1991
- Ⓢ iBusiness-Prognosen u.a.:
 - Ⓢ „Internet-Wirtschaft wird zur Geldvernichtungsmaschine“ (9/1998)
 - Ⓢ „Wikis werden Business-Anwendungen“ (13/2004)
 - Ⓢ „Die Zukunft des Content liegt nicht in der CD-ROM, sondern in den Netzen“ (7/1994)




Was jetzt kommt

📧 Warum Sie das Internet interessieren sollte

📧 Wie sich das Internet verändert

📧 Wie Sie darauf reagieren sollten



**Damit Ihr Geschäft
so bleibt, wie es ist,
müssen Sie
alles so machen, wie bisher.
Nur anders.**

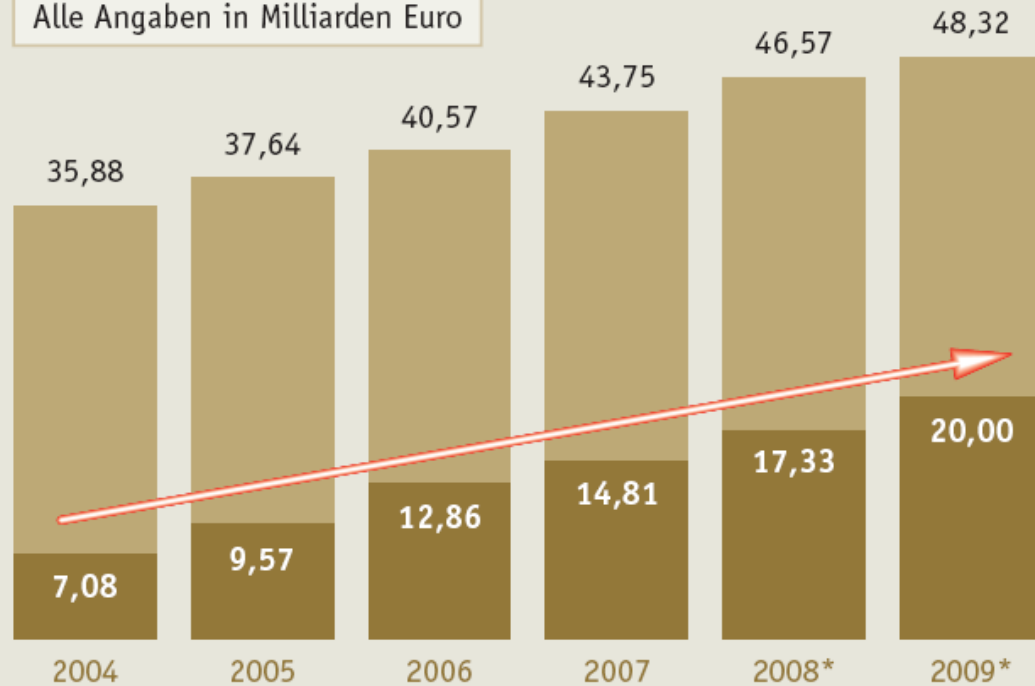
timma

what's all that about?

Das Web verändert den Reisemarkt

Wieviel deutsche Touristen in Onlinebuchungen investieren

■ Online-Umsätze
Alle Angaben in Milliarden Euro

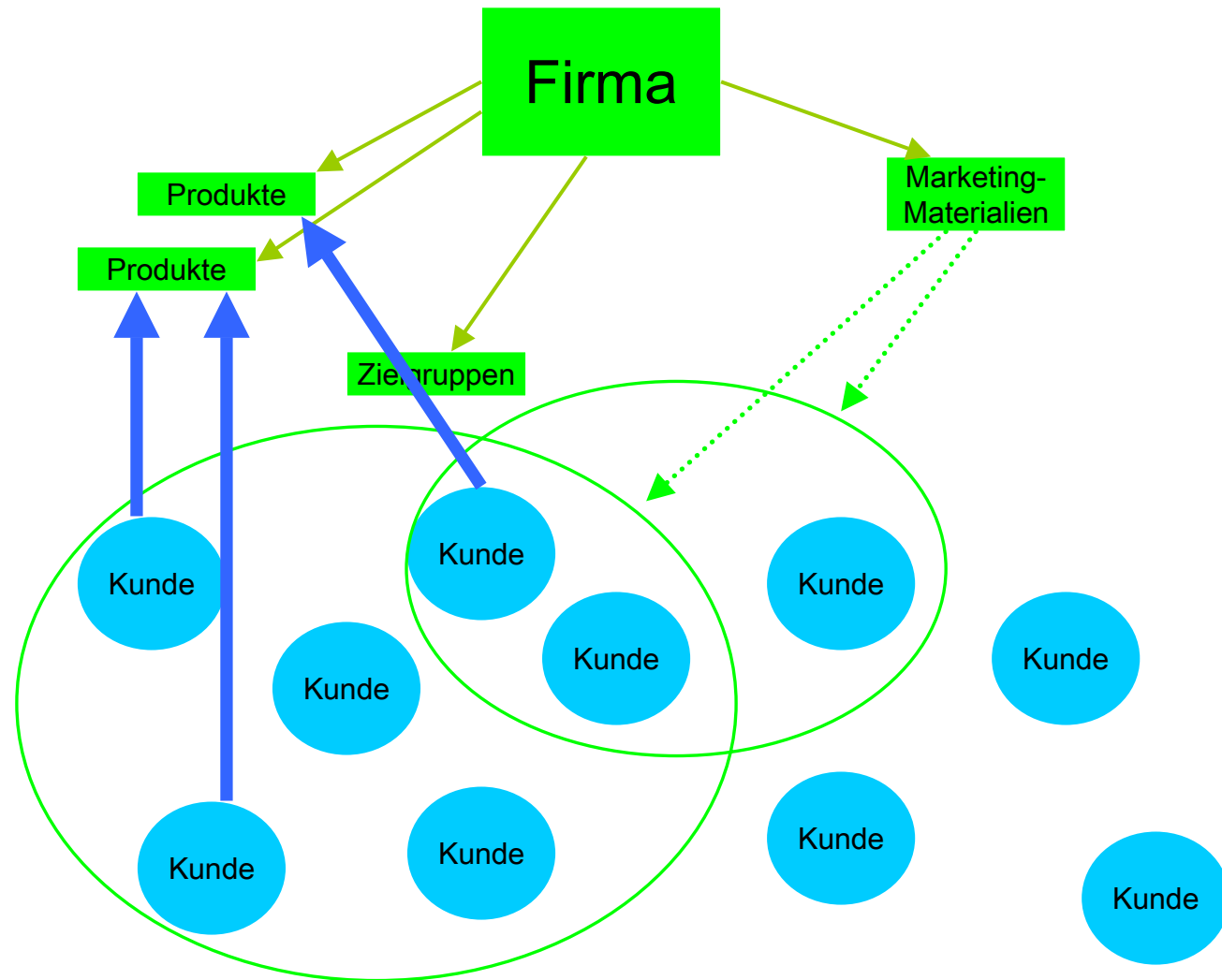


Quelle: Ulysses Web-Tourismus; Grafik: HighText Verlag

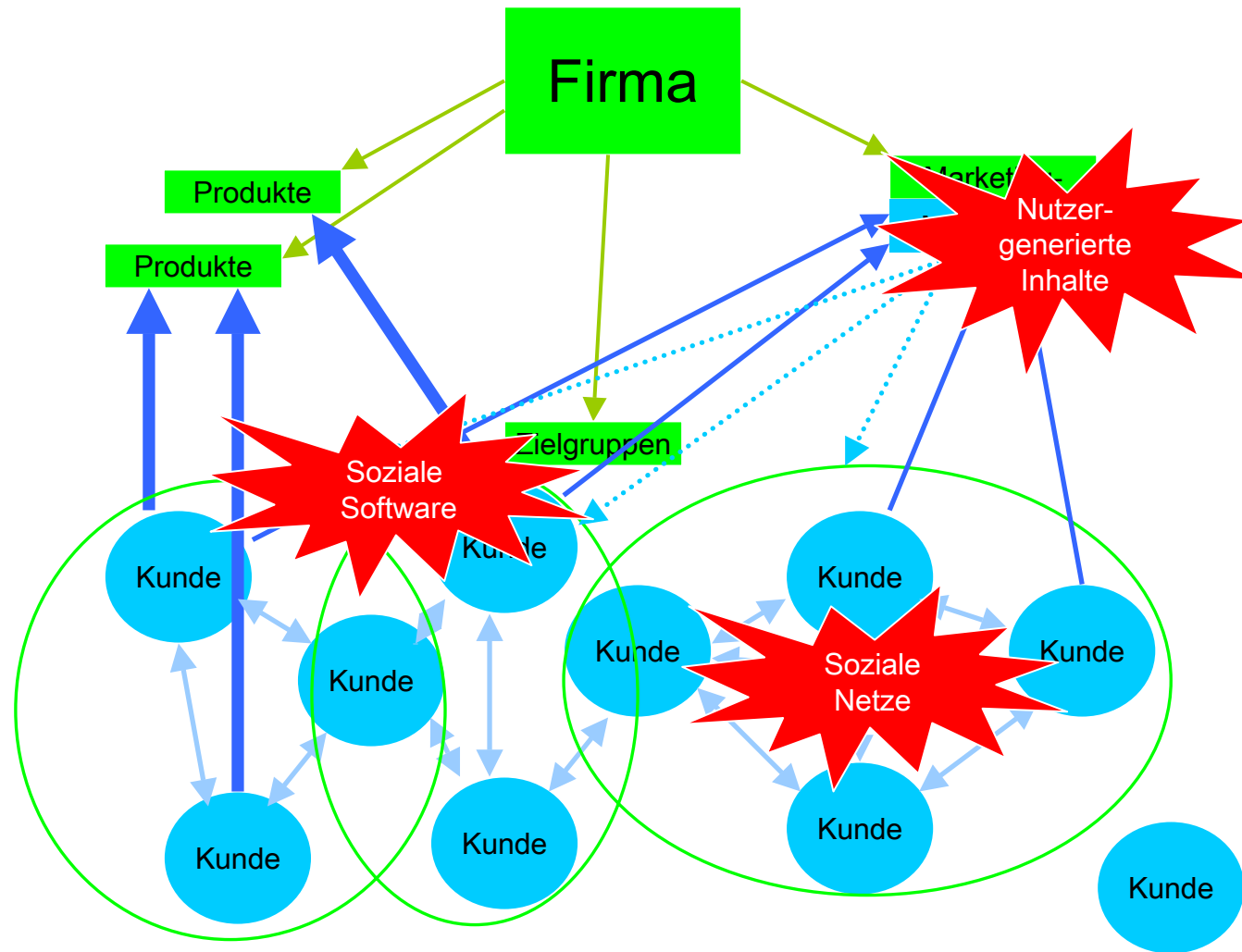
Das Internet ist kein Kanal mehr,
sondern ein
eigenständiges Medium.



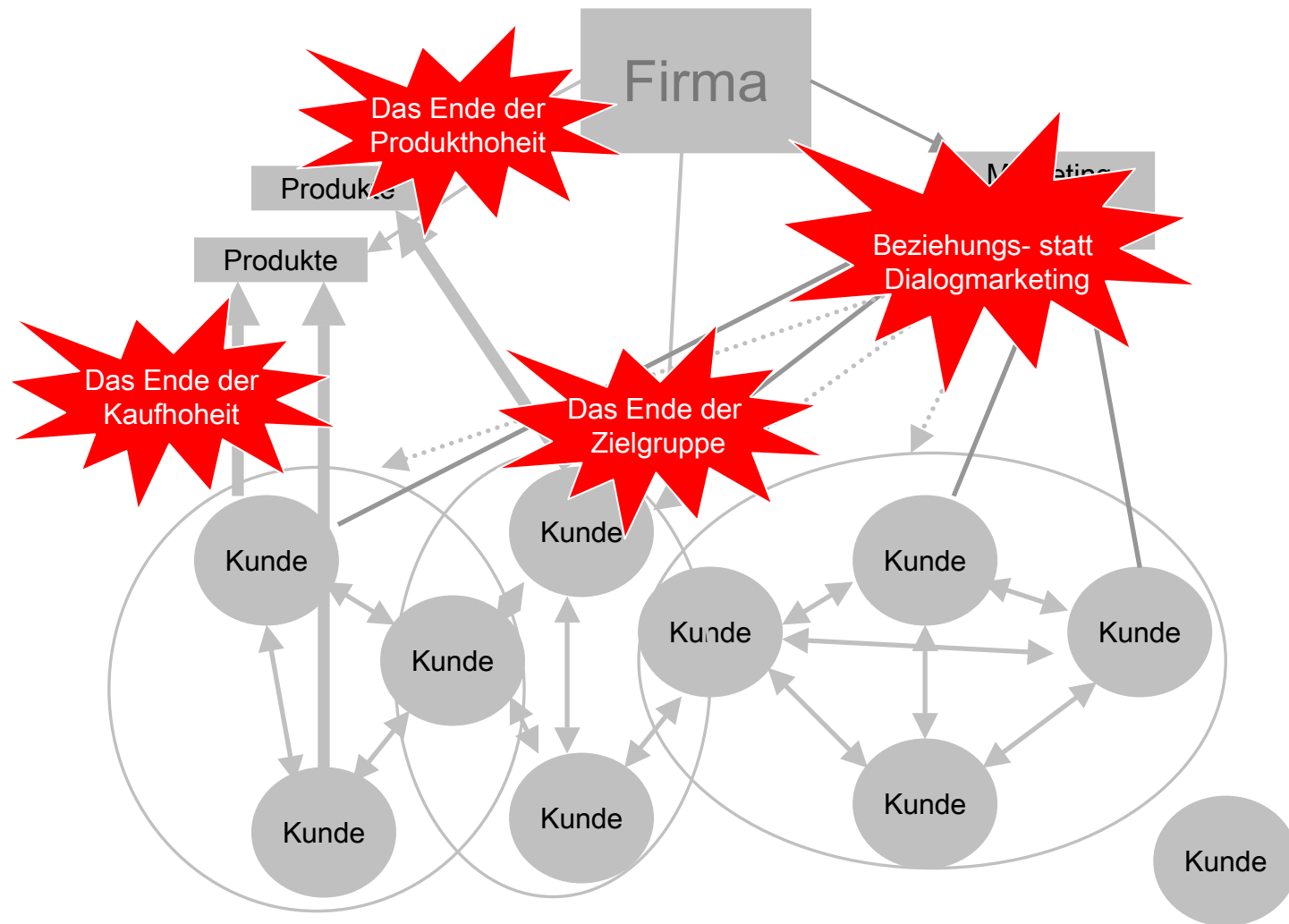
Vom W3 zu Web 3.0: **Web 1.0**



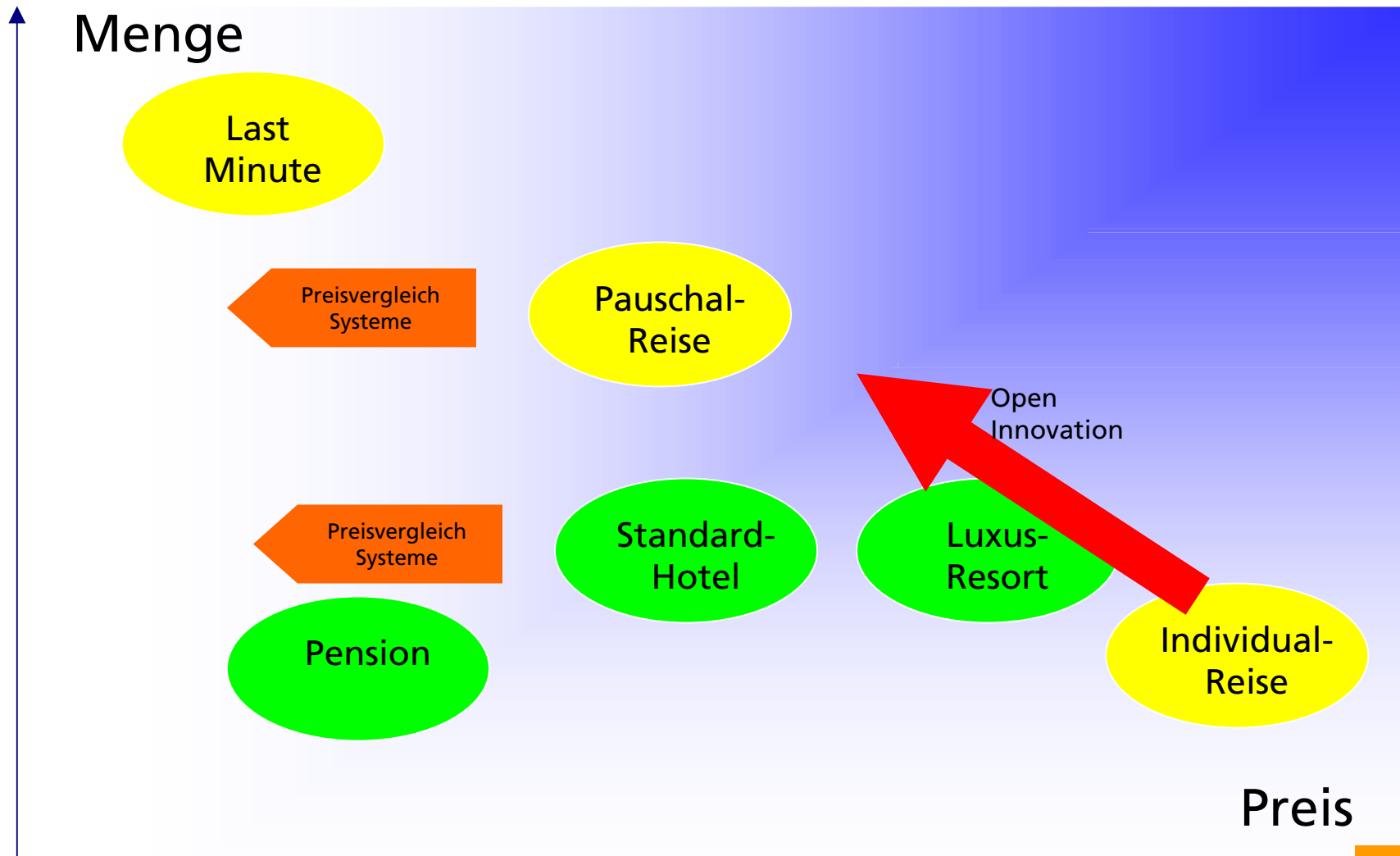
Vom W3 zu Web 3.0: Web 2.0



Vom W3 zu Web 3.0: Web 3.0



Herausforderungen

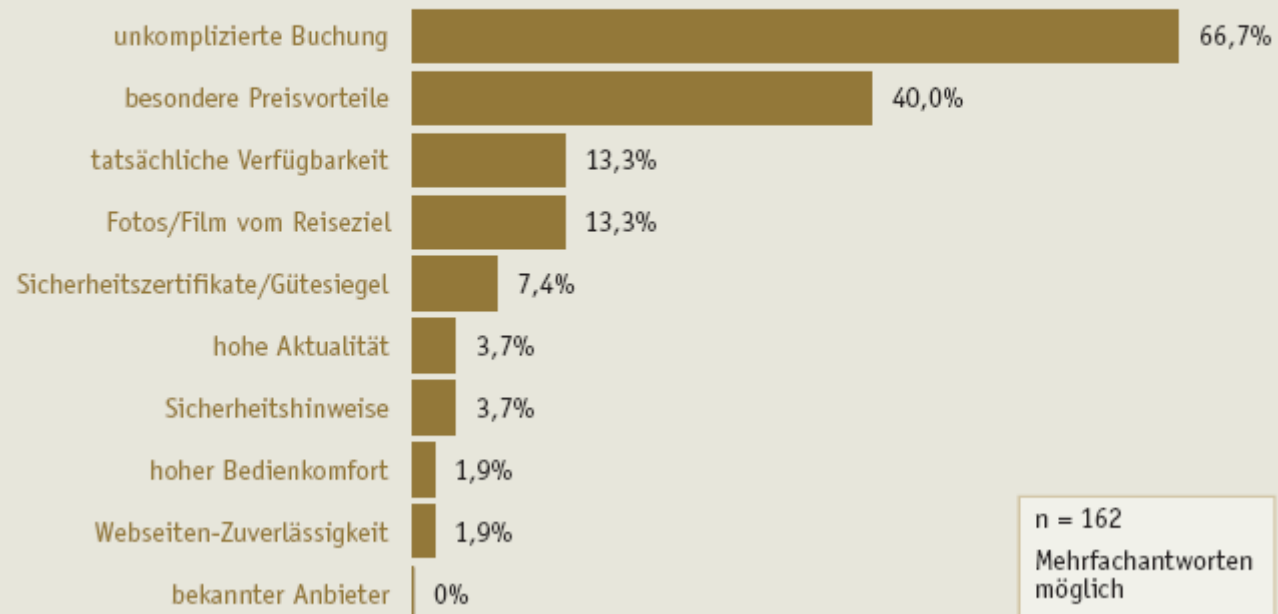


Neue Wertschöpfungskette



Wo Sie investieren müssen

Was Internetnutzern bei der Onlinebuchung wichtig ist



Quelle: Ulvsses Web-Tourismus; Grafik: HighText Verlag

Im Internet-Zeitalter geht
alles um Vertrauen



Trendindikatoren

- ② Die Trends kommen zuerst in
 - ② Internet-affinen Märkten
 - ② In Märkten mit hohem Konkurrenzdruck, engen Margen und wenig ausgeprägten Marken
 - ② In jungen und gut gebildeten Zielgruppen
- ② Beobachten Sie die großen Hotels, Regionen, Veranstalter, Portale






Gerüstet für die Zukunft

Ihr **Alleinstellungsmerkmal**, Ihre **Marke**, Ihre **Kommunikation** und Ihre **Kundenbeziehungen** waren schon immer wichtig.

Sie werden im Internet-Zeitalter allerdings **entscheidend sein**.





**„Wenn der Wind des
Wandels weht, bauen die
einen Schutzmauern, die
anderen Windmühlen.“**

(Chinesisches Sprichwort)

Joachim Graf



www.ibusiness.de/premium
Joachim.Graf@ibusiness.de

