

Thema: Prater Wien

Autor: k.A.

BRANCHEN

web2watch – Marken im Online-Check

257.000

Postings gab es zu Österreichs Sehenswürdigkeiten

„Touristen vor der Karlskirche ins Becken stupsen. This is Viennaaaa!“

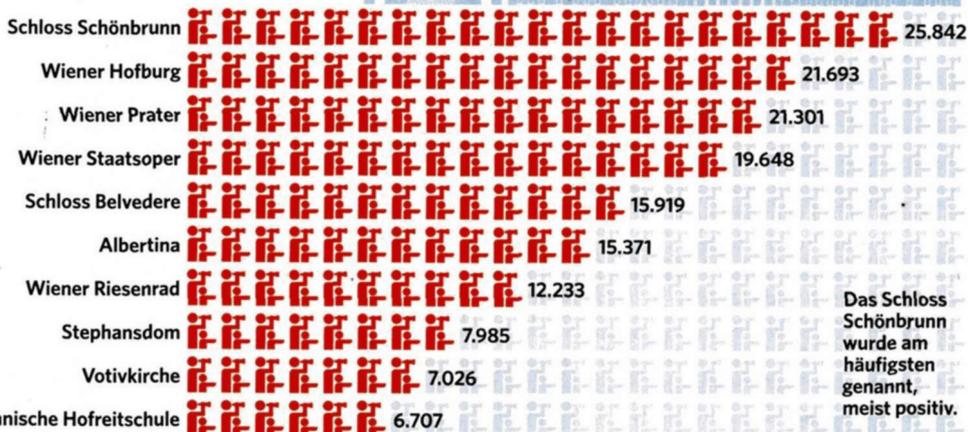
@sarahas_san, auf www.twitter.com

IDEE & ANALYSE Gut beobachtet

Österreichische Konsumenten posten jährlich sechs Millionen Meinungen zu Marken, dazu kommen noch weit über 100 Millionen „private“ Postings. All diese beobachtet OGM mit Web2Watch laufend. Der Online-Check ist keine Umfrage, sondern zeigt, in welcher Art und wie häufig über Marken in Social Media gesprochen wird.

Weitere Branchen-Ergebnisse:
www.format.at

Detailanalysen der Branchen:
www.ogm.at



WIEN-TOURISMUS Russen bleiben aus

Die gute Nachricht vorweg: Der Auftakt in das Tourismusjahr 2014 in Wien verlief äußerst erfreulich: Von Jänner bis Mai verzeichnete die Bundeshauptstadt 4,8 Millionen Nächtigungen. Das sind um 5,5 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahrs. Im Mai etwa erreichten die Gästenächtigungen mit 1,27 Millionen ein Rekordhoch, vor allem bei Chinesen und Südasiaten gab es kräftige Zuwächse.

Einen Wermutstropfen gibt es: Die russischen Touristen, nach Deutschen und Österreichern die drittgrößte Gästegruppe, kamen nicht mehr so zahlreich wie in den vergangenen Jahren. Zwischen Jänner und Mai brach die Nächtigungszahl der Russen um 13 Prozent ein. Einerseits verderben die von der EU angedrohten Sanktionen den russischen Touristen die Lust auf eine Reise nach Westeuropa. Andererseits drückt der im Vergleich zum Euro schwache Rubel auf das Reisebudget.



SOCIAL-MEDIA-EXPERTEN: Alexander Banfield-Mumb (l.) und Alexander Böhm, OGM.

SCHLOSS SCHÖNBRUNN & STEPHANSDOM Wo Österreich am schönsten ist Welche Sehenswürdigkeiten im Netz weiterempfohlen werden.

In der aktuellen Onlinestudie wurden über 257.000 Onlinebeiträge, Bewertungen und Reiseberichte zu den namhaftesten Sehenswürdigkeiten Österreichs erhoben. Dafür wurden alle Markennennungen aus den deutschsprachigen Märkten Österreich, Deutschland und Schweiz ausgewertet.

Wenig überraschend wurden die bekanntesten Sehenswürdigkeiten der Bundeshauptstadt in sozialen Netzwerken und auf Reiseblogs am häufigsten genannt. Sowohl bei den Besucherzahlen als auch bei der Userstimmung liegt das Schloss Schönbrunn an der Spitze. Bezogen auf die einzelnen Märkte stammen knapp 60 Prozent aller Onlinebeiträge aus Deutschland, 35 Prozent aus Österreich und fünf Prozent von Usern aus der Schweiz.



RANKING

Die Topliste zeigt, bei welchen Marken die positiven Aussagen am deutlichsten überwiegen. Bei den Flops ist es umgekehrt.

