



## PROTOKOLL

**MCS Clubabend „Das Internet & der Marketingexperte.**

**Beziehungsstatus: It's complicated“**

**Vortragender:**

**Reinhard Lanner, SalzburgerLand Tourismus Gesellschaft**

**Protokoll des Clubabends** des MCS am Dienstag, 23. September 2014,

Hotel Heffterhof, Salzburg

Beginn: 18.30 Uhr

Ende: ca. 22.00 Uhr

### **Tagesordnung:**

1. 18:30 Uhr Eintreffen der Mitglieder
2. 19:00 Uhr Begrüßung der Mitglieder
3. 19:10 Uhr Vortrag mit dem Titel „Das Internet & der Marketingexperte  
Beziehungsstatus: It's complicated“ durch Herrn Reinhard Lanner
4. 20:15 Uhr Herr Lanner beendet die Präsentation, Fragenrunde beginnt
5. 20:35 Uhr Treffen am Buffet in der Lounge im Hotel Heffterhof
6. 22:00 Uhr Ende des Clubtreffens

### **zu TOP 1:** Eintreffen der Mitglieder

Die Mitglieder treffen von 18:30 bis 19:00 Uhr ein.

### **zu TOP 2:** 19:00 Uhr Begrüßung der Mitglieder

Frau Präsidentin Magistra Sonja Henhapl-Röhrich begrüßt alle Anwesenden. Spezielle Begrüßung der Studenten der Fachhochschule Salzburg, der Universität Salzburg und der Werbe Design Akademie Salzburg, die im neuen Studienjahr bei den MCS-Clubtreffen eingeladen sind. Kurzer Ausblick auf das Jahr 2015, MCS Ausflug nach Berlin oder Hamburg. Begrüßung von Herrn Reinhard Lanner und Wortübergabe.

### **zu TOP 3:** 19:10 Uhr Vortrag von Herrn Reinhard Lanner „Das Internet & der Marketingexperte. Beziehungsstatus: It's complicated“

Herr Reinhard Lanner begrüßt die anwesenden Mitglieder und die Studenten. Danach folgt am Beginn seines Vortrages eine Vorstellung seiner eigenen Person. Auszüge aus seinem privaten Lebenslauf und beruflicher Werdegang. Darunter Positionen als Direktor in Tourismusorganisationen im SalzburgerLand und in Vorarlberg. Sowie Vizepräsident der österreichischen Tourismusdirektoren. Seit 2010 verantwortlich für den Bereich Digital Media & Online Marketing bei der SalzburgerLand Tourismus Gesellschaft.

Die Präsentation des Themas beginnt mit einem statistischen Einblick auf das Tourismusland Salzburg, das aus 119 selbständigen Gemeinden besteht, und aus ca. 6 Millionen Ankünften über 25 Millionen Übernachtungen erzielt, davon im Winter 60 % und im Sommer 40 %.

Mit einem Plakat, das sich an das Kinopublikum der 1920er Jahre richtet, worin der neue Tonfilm verteuftelt wird, zieht er einen Vergleich mit dem heutigen multimedialen Zeitalter. Herr Lanner sieht hier Parallelen zur damaligen Zeit, wo die fortschrittlichen Innovationen wie heute erst langsam ausgeschöpft wurden. Mit dem Zitat von Roy Amara, Zukunftsforscher (1925), untermauert er dies. „Wir neigen dazu, die Auswirkungen einer Technologie kurzfristig zu überschätzen – und langfristig zu unterschätzen.“

Die Technologie hat längst Einzug in unserem Leben gehalten, durch Smartphone, Tablet, Laptop und Fernseher sind wir permanent vernetzt. Mit einem Diagramm zeigt Herr Lanner wie exponentiell der Anstieg der Nutzung von Social-Media in den letzten Jahren war. Anhand des Hype Cycle erklärt Herr Lanner den Lebenszyklus von neuen Technologien. Speziell im Falle des Internets, welches zuerst verkannt wurde, danach maßlos überschätzt wurde und im Zerplatzen der Blase seinen Tiefpunkt fand. Heute erfreut sich das Internet eines konstanten Anstiegs auf einem soliden Plateau der Produktivität, welcher auch zu nutzen sei.

Herr Lanner erklärt, dass durch die Nutzung von Werbung mit Webseitenbanner ein Riesenspotential besteht, Kunden zu gewinnen und veranschaulicht dies bildlich mit den Abmessungen eines Smartphones und einem Cookie in Superman-Short. Die Zukunft liege in der Gestaltung von Webseiten, die kompatibel für Smartphone und Tablet sind, die sogenannten „Wischermedien“. Speziell die junge Generation wächst damit schon ab dem frühen Kindesalter auf. Herr Lanner sieht hier auch einen massiven Rückgang der Printmedien und sieht deren Chance in der Spezialisierung auf bestimmte Zielgruppen und Fachbereiche.

Trotz des Hypes um Facebook und ähnlicher Seiten, wo es oft einen Wettstreit um die Anzahl der Freunde und „Likes“ geht, hat sich das soziale Verhalten der Menschheit im letzten Jahrhundert kaum geändert. Der Mensch kommuniziert wie damals mit einer überschaubaren Gruppe in seinem direkten Umfeld. Herr Lanner bezieht sich hier auf „Dunbar’s Number“, wonach 80 % der Telefonate damals wie heute mit den vier gleichen Personen stattfinden. Auch die Flut an Emails, die uns täglich erreichen und die wir versenden, tragen nicht dazu bei, dass sich dieses Verhalten verändert. Im Gegenteil – diese Emails werden meistens gar nicht mehr wahrgenommen und seien für Werbezwecke mittlerweile ungeeignet. Wir kommunizieren, um uns das Leben einfacher zu machen, soziale Bindungen zu formen, um anderen zu helfen, um zu steuern wie uns andere wahrnehmen.

In der Werbung sei es wichtig, Geschichten zu erzählen und Bilder und Gefühle zu erzeugen, um auf sich und sein Produkt aufmerksam zu machen. Herr Lanner zeigt als Beispiel einen emotionalen Werbespot von SalzburgerLand.

[https://www.youtube.com/watch?v=9yRj4vthAQ8&list=UUfBEAv\\_8Gc4LSiAtp0IIHMA](https://www.youtube.com/watch?v=9yRj4vthAQ8&list=UUfBEAv_8Gc4LSiAtp0IIHMA)

Herr Lanner spricht danach über Erfahrungen von SalzburgerLand Tourismus mit Online-Gewinnspielen und Online-Gutscheinformularen auf der Webseite und deren Resonanz sowie deren psychologisches Potential. Er geht auch auf die Möglichkeiten der direkten Verlinkung von Stichworten im Text auf der Webseite ein, um das Interesse des Betrachters für andere Themen zu wecken.

Zum Abschluss spricht der Vortragende über Innovationen des Multimedia-Zeitalters. Wie z. B. das Auto, das sich den Parkplatz selbst sucht, Hotelbuchung im Web über Airbnb und die riesigen Möglichkeiten des Google-Universums, die eine übergreifende Vernetzung ermöglichen.

**Zu Top 4:** 20:15 Uhr Herr Lanner beendet die Präsentation, Fragenrunde beginnt

Frau Präsidentin Henhapl-Röhrich überreicht Herrn Reinhard Lanner im Namen des Marketing Club Salzburg zum Dank ein Gastgeschenk. Anschließend kurze Fragenrunde und Fototermin mit Herrn Lanner.

**Zu Top 5:** 20:35 Treffen am Buffet in der Lounge im Heffterhof

Angeregtes Networking der Mitglieder bei kleinen Köstlichkeiten und Getränken in der Lounge im Hotel Heffterhof.

**Zu Top 6:** ca. 22:00 Uhr Ende des Clubtreffens