
Fotostrecke & Touristenroute: Social Media bieten reiche Information für Tourismusmanagement

Veröffentlicht am: 11.03.2015, 16:39

Pressemitteilung von: **PR&D** // Till C. Jelitto

Wiener Studie über den Nutzen der Fotosharing-Plattform Flickr zeigt Potenzial zum Lenken von Touristenströmen

Daten aus Social Media-Analysen öffnen neue Möglichkeiten zur gezielten Entwicklung von TouristInnenangeboten. Zu diesem Ergebnis kommt eine jetzt veröffentlichte Untersuchung der MODUL University Vienna gemeinsam mit der Wirtschaftsuniversität Wien. In einer fächerübergreifenden Studie zwischen Neuer Medientechnologie und Tourismusforschung wurde die Nutzung der Fotosharing-Plattform Flickr für die Tourismuswirtschaft untersucht. Anhand von mehr als 1 Mio. Fotos von Österreich-UrlauberInnen konnten so beliebte Aufenthaltsorte und Routen ausfindig gemacht werden. Die Informationen sind für TourismusmanagerInnen durchaus wertvoll. Denn Stadtpläne und City-Touren, die auf Grundlage dieser Informationen optimiert werden, können weniger frequentierte Bereiche touristisch neu erschließen.

Nächtigungszahlen geben Aufschluss darüber, wo wieviele TouristInnen schlafen, Eintrittskarten über die Anzahl der BesucherInnen kostenpflichtiger Attraktionen. Doch wie erfasst man, in welchen Parks sich TouristInnen ausruhen und welche Gassen sie entlang schlendern? Eine Studie der Institute für Tourismus und Service Management sowie New Media Technology der MODUL University Vienna gemeinsam mit der Wirtschaftsuniversität Wien liefert nun eine mögliche Antwort auf diese Frage: mittels der 4,5 Mio. Fotos die täglich auf der Fotosharing-Plattform Flickr von über 51 Mio. UserInnen hochgeladen werden. Viele dieser Fotos werden auf Urlaubsreisen gemacht. Daten aus den Flickr-Profilen von Österreich-TouristInnen liefern praktische Daten für Tourismusverantwortliche - so der Tenor der aktuellen Studie.

Stadt - Land - Fotofluss

Entscheidend für die Informationen sind die sogenannten Geotags, Längen- bzw. Breitengrade des Aufnahme-Orts, und Beschreibungen zu den Fotos. Deren Auswertung kann unschätzbare Informationen für die Tourismusbranche liefern, wie Dr. Irem Önder vom Institut für Tourismus und Service Management erläutert: "Man erkennt ganz konkret, wo TouristInnen sich in einer Stadt bevorzugt aufhalten - und wo nicht. Mit diesem Wissen können TourismusmanagerInnen rascher auf die Bedürfnisse der BesucherInnen reagieren, gleichzeitig aber auch Maßnahmen setzen, um TouristInnen auf ebenfalls sehenswerte, aber weniger frequentierte Orte aufmerksam zu machen." Zusätzlich können so Informationen zu BesucherInnenzahlen an Plätzen ohne Eintrittssystem - wie Parks - gewonnen werden.

Für die Studie von Dr. Önder, Dr. Alexander Hubmann-Haidvogel vom Institut für New Media Technology sowie Wolfgang Körbitz von der Wirtschaftsuniversität Wien wurden über 1 Mio. Flickr-Fotos untersucht und mehr als 38.000 internationale TouristInnen in Österreich ermittelt. Die Ergebnisse der Analyse zeigen große Unterschiede zwischen Stadt und Land. Die meisten UrlauberInnen, die Fotos mit dem Hinweis "Österreich" auf ihr Flickr-Profil geladen haben, haben Städte besucht. An der Spitze liegt Wien, gefolgt von Salzburg und Innsbruck. Für die Bundesländer Burgenland und Vorarlberg konnten die wenigsten TouristInnen auf Flickr gefunden werden. Vergleiche mit Nächtigungszahlen belegen aber, dass deshalb nicht weniger TouristInnen in diesen Regionen waren. Daten aus Flickr-Profilen zu Österreich sind somit speziell für den Städtetourismus relevant. Reisende fotografieren vor allem

Wahrzeichen und andere Attraktionen, die eher in Städten als am Land zu finden sind. Zudem werden bei Aktiv-Urlauben weniger Fotos geschossen als während Städtetrips. Auch die Jahreszeit spielt eine Rolle: Im Sommer, wo mehr Städtereisen unternommen werden, wird mehr fotografiert als im Winter.

Technologie trifft Tourismus

In der Untersuchung wurden Bilder von Flickr mit einem Fotohinweis zu Österreich von internationalen TouristInnen zwischen Jänner 2007 und Dezember 2011 verwendet. Als Vergleichsdaten dienten Informationen aus der Online-Tourismus-Datenbank TourMIS, deren Daten zu Nächtigungen, Ankünften und Kapazitäten von der Statistik Austria stammen. Für die Datensammlung aus Flickr entwickelte Dr. Hubmann-Haidvogel eine Applikation, die öffentlich zugängliche Informationen über die UserInnen und über deren Fotos, wie Bildbeschreibungen, den geografischen Standort und das Datum der Aufnahme, extrahierte. Dank dieser App konnten 1.183.889 Fotos gewonnen werden und in einem weiteren Schritt wurden 38.080 internationale TouristInnen unter den Flickr-NutzerInnen identifiziert.

Diese erfolgreiche Zusammenarbeit der Bereiche Tourismus und New Media verbindet zwei Schwerpunkte in Forschung und Lehre an der MODUL University Vienna und belegt die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten von Webdaten. "Wir brauchen effizientere Wege der Datensammlung, damit Tourismusverantwortliche schneller auf Interessen und Bedürfnisse von BesucherInnen reagieren können. Herkömmliche Methoden sind aufwändig und dauern lange. Mit unserer Flickr-Analyse haben wir eine rasche und einfache Lösung gefunden", zeigt sich Dr. Önder überzeugt von den Vorteilen von Social Media-Daten für die Tourismusbranche.

Originalpublikation: Tracing Tourists by Their digital Footprints: The Case of Austria

<http://jtr.sagepub.com/content/early/2014/12/17/0047287514563985.full.pdf?ijkey=SeRgs5S9bAnBhTQ&keytype=finite>

Über die MODUL University Vienna (Stand März 2015)

Die MODUL University Vienna, die internationale Privatuniversität der Wirtschaftskammer Wien, bietet Studienprogramme (BBA, BSc, MSc, MBA und PhD Programme) aus den Bereichen Internationale Wirtschaft und Management, Neue Medientechnologie, öffentliche Steuerung & Verwaltung und nachhaltige Entwicklung sowie Tourismus und Hospitality Management an. Die Studienprogramme erfüllen strenge Akkreditierungsrichtlinien und werden aufgrund der internationalen Ausrichtung in Englisch abgehalten. Der Campus der Universität befindet sich am Kahlenberg im 19. Wiener Gemeindebezirk. Die Forschungsschwerpunkte des Instituts für Tourismus und Service Management bilden die Analyse von Reiseströmen und Wettbewerbern, Tourismus Informationssysteme, Media Analyse und semantische Technologien, empirische Verhaltensforschung bei Urlaub und Reise sowie Nachhaltiger Tourismus und verbinden damit Tourismusforschung und Neue Medientechnologien.

Kontakt:

Dr. Irem Önder
MODUL University Vienna
Institut für Tourismus und Service Management
Am Kahlenberg 1
1190 Wien
T +43 / 1 / 320 35 55 - 420
E irem.onder@modul.ac.at
W <http://www.modul.ac.at/>

Redaktion & Aussendung:
PR&D - Public Relations für Forschung & Bildung
Mariannengasse 8
1090 Wien
T +43 / 1 / 505 70 44
E contact@prd.at
W <http://www.prd.at>

Pressekontakt

Herr Till C. Jelitto
Managing Partner

PR&D

Mariannengasse 8
1090 Wien, Österreich

Telefon: 0043 1 5057044

E-Mail: contact@prd.at

Website:

Firmenportrait

Wissenschaft kommunizieren ist keine Kunst, Hexerei oder Wissenschaft ...

? sondern für uns eine Symbiose aus gesundem Menschenverstand, Erfahrung und Enthusiasmus. In der Mariannengasse in 1090 Wien teilen wir diese Begeisterung mit unseren Nachbarn: 2.800 Wissenschaftlern an der Medizinischen Universität Wien sowie 250 Wissenschaftsmanagern im Haus der Forschung - Heimat des Wissenschaftsfonds FWF, der Christian Doppler Forschungsgesellschaft, der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft FFG, der Austrian Cooperative Research und Teilen des Joanneum Research

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>