

ED Top Dienst

Hinter den Kulissen: Worüber die Kommunikationsbranche spricht

→ MEDIENRIESE ERÖFFNET NEUES GESCHÄFTSFELD

Styria steigt in Tourismus ein

Die Styria Tourismusportale sollen zielgruppenspezifische Hotel-Angebotsgruppen bilden und vermarkten.

Die Firma ist zu 51 % im Besitz der Styria Digital. Die übrigen 49 % teilen sich je zur Hälfte die externen Partner und operativen Geschäftsführer Johann Landschützer (Landschützer & Partner Tourismusmanagement) und Daniel Brandstätter (Uppercut Multimedia). „Ohne zielgruppenorientierte Ausrichtung und spezialisiertes Angebot hat man auf dem globalen Tourismusmarkt kaum mehr Überlebenschancen“, so Landschützer, Vollblut-Touristiker und Mastermind des Projekts. Mit dem größten Medienkonzern des Landes im Hintergrund wird die Hotelver-



Alfred Brunner, GF, *SPORTaktiv Magazin*: „Hotels haben begriffen, dass Spezialisierung notwendig ist“

einigung einen Werbedruck haben wie kaum eine andere. Erster Streich sind die SPORTaktiv-Hotels, die mit dem gleichnamigen Styria-Produkt

vom Start weg über ein eigenes Trägermedium verfügen. 20 Hotels sind bereits unter Vertrag, darunter renommierte Häuser wie der Krallerhof in Leogang und andere, „die begriffen haben, dass eine Zielgruppen-Spezialisierung notwendig ist“, so Alfred Brunner, GF *SPORTaktiv Magazin*, gegenüber *EXTRADIENST*. Der Vorteil bei Styria: Es gibt keine Preis- oder Ratenparität. „Wir arbeiten nicht auf Provisionsbasis“, erklärt Landschützer. „Wir leiten konkrete Anfragen direkt an die Hotels weiter. Wie viele Buchungen sie daraus lukrieren, ist ihre Sache.“ Eine Buchungsmöglichkeit

auf dem Portal ist derzeit nicht vorgesehen, könnte aber noch folgen. Derzeit ist allein die Marketing- und Vertriebspotenz ein schlagendes Argument für Hoteliers. „Uns hört wirklich jeder zu“, sagt Brunner. Die Finanzierung erfolgt in der Startphase durch die drei Teilhaber sowie über die jährlichen Mitgliedsbeiträge. Weitere Angebotsgruppen sollen folgen. Welche, darauf wollen sich Brunner und Landschützer noch nicht festnageln lassen. Die „Tierischen Hotels“ könnten früher oder später integriert werden, auch spezielle Hotels für Geschäftsreisende wären denkbar. ■

→ STEFAN SCHINDELE VERLÄSST ST. STEPHEN'S

Mit Ende Mai beendete der Client Service Director seine Tätigkeit bei der Werbeagentur.



Stefan Schindele macht sich selbstständig.

Es dränge ihn in die Selbstständigkeit, begründete Stefan Schindele seinen Abgang von St. Stephen's. Er ist zur Zeit dabei, sein eigenes Markenberatungsunternehmen zu gründen. Eingetragen wurde es bereits unter dem

Namen Schindele Markenkommunikation KG. Gerade im Bereich Markenberatung und Mobil sehe er eine Chance. Denn: Es gäbe in der Kommunikation mittlerweile sehr viele kleine Einheiten. Will eine Agentur alle Disziplinen

bedienen, brauche sie eine kritische Größe. Diese hätten in Österreich aber nicht viele. Für Spezialisten biete sich hier eine Chance. Weiterhin beratend tätig sein wird Schindele für Saffron Brand Consultants Wien. ■