



**SAINT ELMO'S**  
TOURISMUSMARKETING

# INTERREG ATCZ31 „DENKMÄLER LEBEN“

Ergebnisse und Interpretation

**Interreg**



EUROPAISCHE  
UNION

Österreich-Tschechische Republik

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



EUROPAISCHE UNION

**denkmäler leben**  
památky žijí

**PROJEKT ÜBERSICHT**

**VORGEHEN**

**AUSWERTUNG**

**FAZIT**

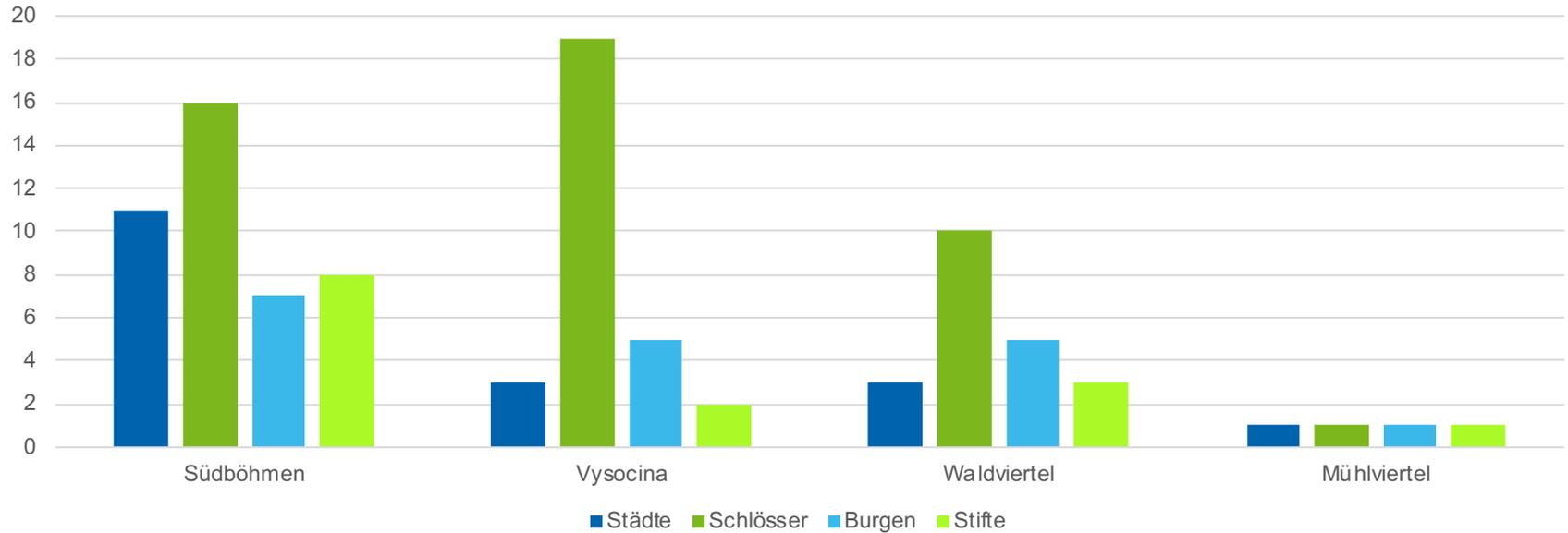
**KONTAKT**

# PROJEKT INHALTE

- **Ziel:** Recherche, ob und falls ja, in welcher Qualität die teilnehmenden Denkmäler im Web zu finden sind.
- **Umfang:** Es wurden 96 Denkmäler in je 2 Regionen in Tschechien und Österreich analysiert. (Südböhmischer Kreis & Kreis Vysočina sowie Waldviertel & Mühlviertel)
- Die 96 Denkmäler haben sich zusammengesetzt aus:
  - 18 Städte
  - 46 Schlösser und Museen
  - 18 Burgen und
  - 14 Stifte

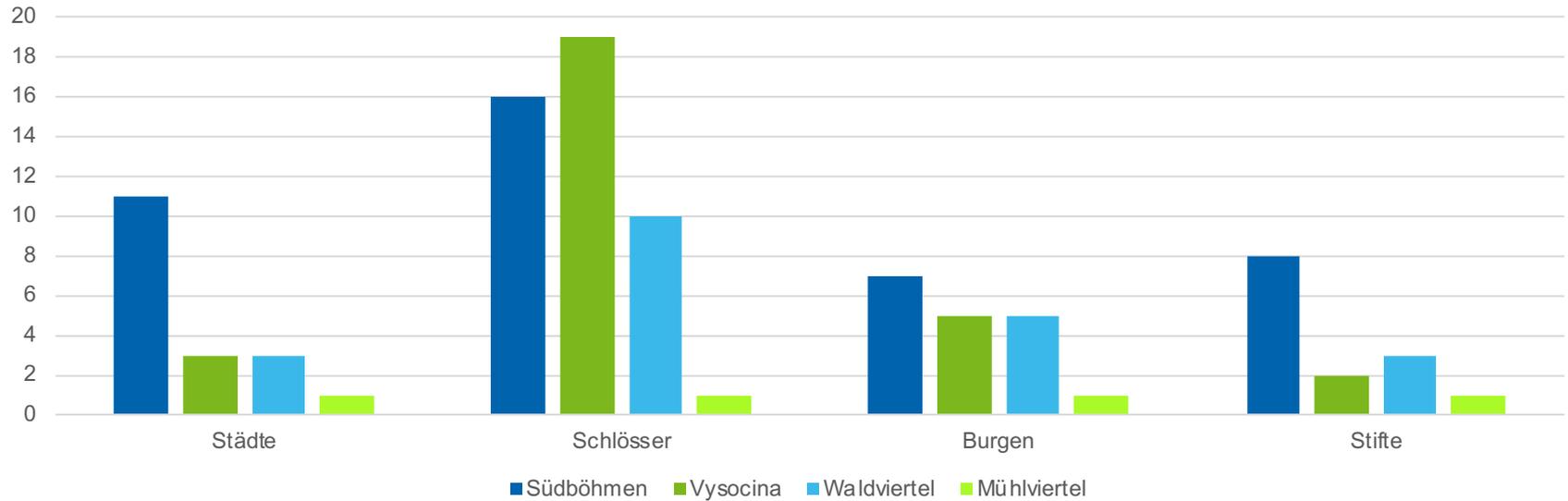
# ÜBERSICHT REGIONEN

Übersicht Regionen



# ÜBERSICHT KATEGORIEN

Übersicht Kategorien



**PROJEKT ÜBERSICHT**

**VORGEHEN**

**AUSWERTUNG**

**FAZIT**

**KONTAKT**

# VORGEHEN

1.

## **Erstellung einer Liste relevanter Plattformen**

Anhand von Relevanz, Kontaktpunkte der Gäste, Zugriffszahlen und Bedeutung für den Markt wurden geeignete Online Plattformen für die Analyse ausgewählt.

2.

## **Definition von Messkriterien**

Anhand der Eigenschaften eines guten und ansprechenden Web Eintrags/Web Präsenz wurden geeignete Kriterien definiert.

3.

## **Recherche und Bewertung von online Einträgen der Denkmäler auf ausgewählten Plattformen**

Die Bewertung der Webpräsenz der Denkmäler wurde systematisch anhand der gewählten Messkriterien durchgeführt und während der Recherche immer wieder optimiert und angepasst.

3a.

## **Erweiterung der Messkriterien für eine umfangreiche Analyse**

Um einen noch besseren Gesamteindruck der Web Präsenz zu erlangen, wurden während der Recherche weitere Bewertungsfaktoren und Analyseformen aufgenommen.

# VORGEHEN

## 1. Erstellung einer Liste relevanter Plattformen

### Ausgewählte Plattformen

- Wikipedia
- Tripadvisor
- Bergfex
- Yelp
- Google my Business
- Herold
- Facebook
- Czech-tourist
- Czech.cz
- Jiznicechy.cz
- Google
- Seznam

### Herausforderung

- Die Plattformen wurden anhand von touristischer Relevanz, Kontaktpunkte der Gäste und Zugriffszahlen in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber ausgewählt. Manche Plattformen haben eine hohe Relevanz in nur einem Sprachraum.

# VORGEHEN

## 2./2a. Definition von Messkriterien

### Ausgewählte Messkriterien

- **Bildqualität** und **Motivauswahl**
- **Bildanzahl**
- **Text Inhalt** (Vollständigkeit, Relevanz der Information für den touristischen Gast)
- **Text Lesbarkeit** (sprachliche Gestaltung, Struktur & Länge, Typografie, Textverständnis )

### Herausforderung

- Die Plattformen haben sich hinsichtlich Webdesign und Inhalte stark unterschieden. Dadurch konnten nicht immer alle vier Kriterien bewertet werden und das ergibt eine unterschiedliche maximale Wertung der einzelnen Plattformen.
- Manche Plattformen sind stark getrieben von User-generated-Content (UGC) und überschneiden sich teilweise mit den Inhalten von den Betrieben (z.B. Wikipedia, Facebook, ...)

# VORGEHEN

## 2./2a. Definition von Messkriterien

Zur Bewertung wurde ein Punkte System (1P – ungenügend bis 5P – sehr gut) herangezogen und mit einem angemessenen Wert gewichtet (multipliziert), um der unterschiedlichen Bedeutung gerecht zu werden.

	5P sehr gut	4P gut	3P befriedigend	2P mangelhaft	1P ungenügend	Gewichtung
Bildqualität und Motivauswahl	aktuelle Bilder; gute, inspirierende sowie abgestimmte Motivauswahl; gute Qualität;	gut Motive; gute Qualität	Motivauswahl und Bildqualität in Ordnung	weniger ansprechende Motivauswahl; teils schlechte Bildqualität	schlechte, uninspirierende, uninformativ Motive; teils schlechte Qualität	3
Bildanzahl	angemessene Bildanzahl, verschafft angemessenen Eindruck des Denkmals (> 15)	Bildanzahl gut, ausreichender Eindruck des Denkmals (~10)	Bildanzahl ok (~5)	unausreichende Bildermenge (≤3)	keine Bilder	1
Text Inhalt (Vollständigkeit, Informations-Relevanz)	wichtige Fakten & Infos (Öffnungszeiten, Anfahrt, Ansprechpartner), geschichtlichen Facts & persönliche Tipps (Parken, Restaurants in der Nähe etc), Verlinkungen auf detaillierte Website, ansprechender Schreibstil	gute Qualität mit relevanten Infos, Tipps	Qualität & Inhalt ausreichend	kaum Text, nur Aufzählungen	schlechter Text ohne Infos oder kein Text	3
Text Lesbarkeit (sprachliche Gestaltung, Struktur & Länge, Typografie, Textverständnis)	sehr ansprechender Schreibstil/Wortwahl; sehr gute Satz und Textstruktur/-gliederung; angemessene Textlänge; Kernaussage perfekt auf den punktgebracht	ansprechender Schreibstil/Wortwahl; Satz und Textstruktur/-gliederung; angemessene Textlänge; Kernaussage getroffen	Struktur & Wortwahl in Ordnung; Textlänge ausreichend; Kernaussage erkennbar	Text kaum strukturiert; unansprechendes Layout; zu lange verschachtelte Sätze; schwer verständlich; Textlänge zu lang/zu kurz, unangemessen	schlechte Wortwahl; Rechtschreibfehler; unansprechendes Layout/Struktur; nicht aussagekräftig; Textlänge viel zu lang, unansprechend oder kein Text	2

# VORGEHEN

## 2./2a. Definition von Messkriterien

Durch die unterschiedlichen Plattformen mit unterschiedlichen Inhalte und Web Design konnten nicht immer alle 4 Kriterien bewertet werden, welches die unterschiedliche Maximale Wertung der einzelnen Plattformen erklärt.

	Wikipedia, Tripadvisor, Facebook, czech-tourist, czech.cz,	Google Business, Herold, seznam	Suchmaschine	Webseiten
			<b>Zusatzfaktoren</b>	
<b>Maximal Wertung</b>	45	25	300	30
<b>Minimal Wertung</b>	9	5	0	0

# VORGEHEN

## 3a. Zusätzliche Bewertungsfaktoren

### Zusätzliche Bewertungsfaktoren

- Um einen noch besseren Gesamteindruck der Web Präsenz zu erlangen, wurde der Weg von der Suchmaschine (Google und Seznam) zur korrekten Webseite des Betriebes analysiert (**Auffindbarkeit dh Analyse der Customer Journey**). Anschließend wurde auch die **Optik der betreffenden Webseite** bewertet.

Punkte pro Plattform	4-5 P	3-4 P	2-3 P	1-2 P	0-1 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend

- Darüber hinaus haben wir die Webseite hinsichtlich **technischer Parameter** (Performance, Accessibility und SEO-Score) erweitert.

Score scale:  90-100  50-89  0-49

**PROJEKT ÜBERSICHT**  
**VORGEHEN**  
**AUSWERTUNG**  
**FAZIT**  
**KONTAKT**

# AUSWERTUNG DER REGIONEN

# BEWERTUNG REGIONEN GESAMT

## Bewertung Gesamt

	Wikipedia	Tripadvisor	Bergfex	Facebook	czech-tourist	czech.cz	jiznicehy.cz	Google Business	seznam.cz
Südböhmen Mittelwert	23,04	14,60	0,00	29,41	24,86	22,83	31,74	8,28	22,93
Vysocina Mittelwert	25,00	20,00	0,00	26,75	22,60	33,00	0,00	8,00	23,13
Waldviertel Mittelwert	33,58	17,33	25,00	26,08	0,00	0,00	0,00	12,06	17,15
Mühlviertel Mittelwert	36,50	0,00	28,00	20,00	0,00	0,00	0,00	18,33	15,00
Durchschnitt	17,75	2,05	4,03	19,74	2,99	3,20	12,56	6,72	19,22

Mittelwert = mittlerer Wert aller Denkmäler mit Bewertung / Auftritt auf den Plattformen

Durchschnitt = Schnitt inklusive Berücksichtigung fehlender Einträge

Bewertungsschlüssel					
Punkte pro Plattform	38 - 45 P	30 - 38 P	22 - 30 P	13 - 22 P	9 - 13 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend
Schlüssel	≥ 85%	≥ 65%	≥ 50%	≥ 28%	< 28%

# BEWERTUNG REGIONEN GESAMT

Bewertung Gesamt				
	Webseiten Performance	Customer Journey Google	Customer Journey Seznam	Bewertung Optik
Südböhmen Mittelwert	179,88	3,55	4,17	3,36
Vysocina Mittelwert	198,45	3,17	4,71	3,07
Waldviertel Mittelwert	168,14	4,24	3,10	2,48
Mühlviertel Mittelwert	194,50	4,50	3,75	2,75
<b>Durchschnitt</b>	<b>183,53</b>	<b>3,63</b>	<b>4,04</b>	<b>3,05</b>

Mittelwert = mittlerer Wert aller Denkmäler mit Bewertung / Auftritt auf den Plattformen

Durchschnitt = Schnitt inklusive Berücksichtigung fehlender Einträge

Bewertungsskala Webseiten-Performance

Punkte pro Plattform	300-255 P	255-195 P	194-150 P	149-84 P	84-0 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend

Bewertungsskala Customer Journey und Optik

Punkte pro Plattform	4-5 P	3-4 P	2-3 P	1-2 P	0-1 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend

# AUSWERTUNG

## Südböhmen

-  Die Denkmäler in Südböhmen sind auf den Plattformen vergleichsweise oft vertreten.
-  Die Auffindbarkeit über die Suchmaschinen Google und Seznam erzielte durchschnittlich gute bis sehr gute Werte (Ø zwischen 3,2 und 4,5 von 5 Punkten)
-  jiznicechy.cz ist für den Tschechischen Markt eine wichtige Plattform mit umfangreichem und qualitativ hochwertigem Content.
-  Viele Webseiten sind optisch ansprechend mit modernem Design (Ø 3,4 / 5 Punkte)
-  Auf Tripadvisor sind zwar wenig Einträge vorhanden (wenn, dann meist User Generated), die abgegebenen User Bewertungen fallen dafür sehr positiv aus (immer 4,0 oder 4,5 von 5). *Verbesserungspotential!*

# AUSWERTUNG

## Südböhmen

- Google my Business waren einige Einträge (ausgenommen Stifte!) vorhanden, welche allerdings alle Google generiert waren. *Verbesserungspotential!*
- Die Webseiten der Denkmäler waren im Schnitt mit 179,88 / 300 Punkten nur mittelmäßig. *Verbesserungspotential!*
- Für die Kategorien Städte und Schlösser erwies sich auch Facebook als oft vertretene Plattform mit guten Content (Stifte und Burgen eher selten vertreten oder nur User Generated Content). *Verbesserungspotential!*
- Auf Wikipedia sind viele südböhmische Denkmäler zu finden, allerdings könnte hier der Tourismusbezug ausgeprägter sein. *Verbesserungspotential!*
- Auf Bergfex, czech-tourist und czech.cz waren kaum Denkmäler vertreten.



# AUSWERTUNG

## Kreis Vysočina



Die Auffindbarkeit über die Suchmaschinen Google und Seznam erzielte gute bis sehr gute Werte (Ø 3,1 bis 4,7 von 5 Punkten)



Webseiten sind oft gepflegt / modern mit einigen Negativbeispielen (Ø 3,1 / 5 Punkte), allerdings ist die Performance verbesserungswürdig (Schnitt 198,45 / 300 Punkten)



Die Denkmäler in Vysočina sind auf Google Business zwar oft vertreten, die Einträge sind mit Ausnahme der Burgen, aber nur wenig gepflegt. *Verbesserungspotential!*



Nur Burgen und Städte sind auf Wikipedia zu finden. Keine Schlösser oder Museen. *Verbesserungspotential!*



Es sind viele Denkmäler auf Facebook vertreten und zum Teil mit gut gepflegten Profilen mit vielen Likes. Ø 24,91 / 45 Punkten nur mittelmäßig. *Verbesserungspotential!*

# AUSWERTUNG

## Kreis Vysočina

-  Auf Tripadvisor sind zwar Einträge zu finden, aber nur eine wird direkt selbst gepflegt. *Verbesserungspotential!*
-  Burgen und Städte haben die Auftritte hauptsächlich auf Wikipedia, Google Business, Facebook und Seznam. Das ist gut.
-  Auf czech-tourist sind meist keine Einträge, nur zu einer Stadt ist ein guter Eintrag mit hochwertigen Link vorhanden
-  Schlösser haben ihren Fokus auf Facebook und Seznam. *Verbesserungspotential!*
-  Kaum Denkmäler auf: Bergfex, Tripadvisor, jiznicechy.cz, czech-tourist, czech.cz
-  Sehr gute Auffindbarkeit auf Seznam (Ø 4,7 / 5) aber nur mittelmäßige Auftritte (Ø 23/45 Punkte)
-  Gute Auffindbarkeit auf Google (Ø 3,2 / 5) aber sehr schlechte Auftritte (Ø 8 / 45 Punkte)



# AUSWERTUNG

## Waldviertel

-  Fast alle Denkmäler sind auf Wikipedia gut bis sehr gut vertreten (Ø 33,58)
-  Sehr gute Auffindbarkeit auf Google (Schnitt 4,24) und gute Auffindbarkeit auf Seznam (Ø 3,1 / 5 Punkte)
-  Fast alle Denkmäler haben einen Google Business Eintrag mit leider nur sehr mäßig ansprechenden Inhalten (Ø 12 / 40)
-  Auf Seznam haben sogar mehr Denkmäler eine Infobox und auch die Optik ist ansprechender, wenn auch insgesamt nicht sehr gut. (Ø 17 / 45)
-  Ca ½ ist auf Bergfex und ein Drittel auf Tripadvisor mit eigenen Profilen zu finden. Die Profile würden sich über Pflege freuen. (Ø 17 und 25 / 45 Punkte)

# AUSWERTUNG

## Waldviertel

-  Facebook ist durchwachsen: sehr verschieden, eine gute Seiten vorhanden, z.T. schlecht gepflegte oder gar keine Seite. (Ø 26,8 / 45 Punkte) *Verbesserungspotential!*
-  Herold: Nur Kontakt zu Stadtgemeinden (Verwaltung), nicht zu touristischen Verbänden oder ähnliches
-  Kein Eintrag auf: czech-tourist, czech.cz, jiznicechy.cz
-  Webseiten-Performance ist durchwachsen Ø 168 / 300 Punkte
-  Auch die Optik ist verbesserungswürdig: Ø 2,48 / 5 Punkte



# AUSWERTUNG

## Mühlviertel



Alle Denkmäler sind auf Wikipedia mit sehr guten Einträgen (Ø 37 / 45 Punkte) zu finden



Alle Denkmäler sind auf Bergfex mit passablen Auftritten zu finden (Ø 28 / 45 Punkte)



Sehr gute Auffindbarkeit auf Google (4,5) und gute auf Seznam (3,75)



Alle Denkmäler sind auf Facebook nur leider ohne offizielle Seite - nur UGC!

# AUSWERTUNG

## Mühlviertel

-  Die Performance der Webseiten liegt bei durchschnittlichen 194,50 / 300 Punkte
-  Die Optik der Webseiten liegt im Mittelmaß mit 2,48 / 5 Punkten
-  Keine Einträge auf Tripadvisor. Nur User-Generated Content.
-  Keine Einträge: czech-tourist, czech.cz, jiznicechy.cz



# AUSWERTUNG DER KATEGORIEN

# BEWERTUNG KATEGORIEN GESAMT

## Bewertung Plattformen

### gesamt

	Wikipedia	Tripadvisor	Bergfex	Facebook	czech-tourist	czech.cz	jiznicechy.cz	Google Business	seznam.cz
Städte Mittelwert	28,28	25,00	34,33	23,93	31,20	21,40	32,75	10,83	20,31
Schlösser Mittelwert	26,38	16,00	26,60	32,38	18,33	26,50	35,38	8,87	22,20
Burgen Mittelwert	24,47	14,00	19,40	20,29	19,00	23,50	19,00	10,00	21,25
Stifte Mittelwert	34,25	15,00	27,00	28,45	19,00	25,00	35,00	9,00	20,77
Durchschnitt	17,75	2,05	4,03	19,74	2,99	3,20	12,56	6,72	19,22

Mittelwert = mittlerer Wert aller Denkmäler mit Bewertung / Auftritt auf den Plattformen

Durchschnitt = Schnitt inklusive Berücksichtigung fehlender Einträge

Bewertungsschlüssel					
Punkte pro Plattform	38 - 45 P	30 - 38 P	22 - 30 P	13 - 22 P	9 - 13 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend
Schlüssel	≥ 85%	≥ 65%	≥ 50%	≥ 28%	< 28%

# BEWERTUNG KATEGORIEN GESAMT

## Bewertung Plattformen gesamt

	Webseiten Performance	Customer Journey Google	Customer Journey Seznam	Bewertung Optik
Städte Mittelwert	201,72	3,39	4,33	2,89
Schlösser Mittelwert	168,04	3,61	4,02	3,04
Burgen Mittelwert	196,17	3,56	4,17	3,00
Stifte Mittelwert	194,79	4,07	3,86	3,36
Durchschnitt	183,53	3,63	4,04	3,05

Mittelwert = mittlerer Wert aller Denkmäler mit Bewertung / Auftritt auf den Plattformen

Durchschnitt = Schnitt inklusive Berücksichtigung fehlender Einträge

### Bewertungsskala Webseiten-Performance

Punkte pro Plattform	300-255 P	255-195 P	194-150 P	149-84 P	84-0 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend

### Bewertungsskala Customer Journey und Optik

Punkte pro Plattform	4-5 P	3-4 P	2-3 P	1-2 P	0-1 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend

# AUSWERTUNG

## Städte



Alle Städte sind auf Wikipedia zu finden. Die Qualität schwankt stark und vor allem Südböhmen hat Nachholbedarf. (Ø 28/45)



Nur eine Stadt (České Budějovice) ist auf Tripadvisor mit eigenem Auftritt zu finden.



Bergfex ist für den deutschsprachigen Raum sehr relevant. Leider sind hier nur drei Städte aus Ö vertreten



Alle Städte haben einen Google-Info-Box. Leider ist hier keine „Übernahme“ des Eintrags möglich. „Feedback“ ist möglich und absolut nötig bei Ø 11/45 Punkten



# AUSWERTUNG

## Städte



Fast alle Städte sind auf Facebook. Teils mit „Tourismus“ teils mit „Standort“-Account. Die Qualität der Auftritte schwankt stark und ist mit knapp Ø 24/45 Punkten eher niedrig.



Auf czech-tourist sind nur 5 Städte vertreten, diese aber mit relativ guten Auftritten (Ø 31/45 Punkte)



Auf czech.cz sind nur 5 Städte vertreten, diese aber mit relativ schlechten Auftritten (Ø 21/45 Punkte)



Auf jiznicechy.cz sind primär (aber nicht alle) südböhmischen Städte vertreten, diese aber mit relativ guten Auftritten (Ø 33/45 Punkte)



Fast alle sind auf seznam.cz, im Schnitt aber relativ schlecht (Ø 20/45 Punkte)

# AUSWERTUNG

## Städte

-  Die Performance der Webseiten schwankt sehr stark von 144 bis 253 (von 300) Punkten (Ø 202/300 Punkte)
-  Die Auffindbarkeit bei Google ist gut (Ø 3,4/5) und bei Seznam sehr gut (Ø 4,3/5) was teils durch den hohen Anteil CZ-Denkmäler zu erklären ist.
-  Die Optik der Webseiten ist mit 2,9 / 5 ok. Städte aus AT sind leider sehr schlecht dabei. Hier wird ein Relaunch empfohlen.

# AUSWERTUNG

## Schlösser / Museen



Die Schlösser und Museen sind nur etwa zur Hälfte auf Wikipedia zu finden. Fast alle Denkmäler vom Kreis Vysočina fehlen. Die bestehenden Auftritte sind nur durchschnittlich (Ø 26,4 / 45 Punkte)



Tripadvisor wäre für Schlösser und Museen wichtig. Leider sind hier nur sehr wenige vertreten und auch diese Einträge brauchen dringend Pflege (Ø 16 / 45 Punkte)



Bergfex ist im Rahmen von Wandertouren im DE-Sprachraum wichtig. Es sind nur 5 von 46 Schlössern und Museen dort zu finden.



Herold ist für Sprachassistenten wichtig, daher ist ein Basiseintrag zu überdenken. Keine Schlösser sind hier eingetragen.



# AUSWERTUNG

## Schlösser / Museen

-  Viele der Schlösser und Museen sind auf Facebook zu finden. Wenn, dann mit hochwertigem Content. (Ø 32,4 / 45 Punkte)
-  Nur vier Schlösser auf czech-tourist oder czech.cz
-  Auftritte auf jiznicechy.cz sind gut (Ø 35 / 45 Punkte)
-  Einträge auf Google-Business sind in AT generell besser als in CZ, insgesamt fehlen einige Denkmäler und die Einträge müssen alle dringend professionalisiert werden (Ø 8,9 / 45 Punkte)
-  Einträge auf seznam.cz generell besser und fast alle Schlösser zu finden. (Ø 22 / 45 Punkte)



# AUSWERTUNG

## Schlösser / Museen



Die Performance der Webseiten ist relativ schlecht (Ø 168 / 300 Punkte) Manche Seiten konnten gar nicht gefunden werden.



Die Auffindbarkeit bei Google ist gut Ø 3,6 / 5



Die Auffindbarkeit bei Seznam ist sehr gut Ø 4 / 5



Die Optik der Webseiten ist teilweise verbesserungswürdig und liegt mit Ø 3 / 5 im Mittelfeld

# AUSWERTUNG

## Burgen

-  Fast alle Burgen haben Einträge auf Wikipedia. (Top!) Optimierung von Inhalt und Optik nötig (Ø 24,4 / 45 Punkte)
-  Burgen als POIs profitieren von guten Bewertungen. Leider nur eine Burg auf Tripadvisor.
-  Auch Bergfex wird eher von AT-Burgen dominiert. Einträge sind zu empfehlen und bestehende Inhalte zu pflegen. (Ø 19,4 / 45)
-  Bei Facebook sind zwar viele Einträge, doch die meisten benötigen frischen & guten Content. Nur einzelne, wirklich gute Auftritte (Ø 20,3 / 45)
-  Nur vier Burgen auf czech-tourist oder czech.cz



# AUSWERTUNG

## Burgen

-  Auftritte auf [jiznicechy.cz](http://jiznicechy.cz) sind leider nicht sehr gut. Es fehlen Bilder und ansprechende Inhalte (Ø 19 / 45 Punkte)
-  Google-Business-Einträge sind für Burgen sehr wichtig. Unbedingt verbessern (Ø 10 / 45 Punkte)
-  Einträge auf Seznam größtenteils vorhanden aber benötigen Pflege (Ø 21 / 45 Punkte)



# AUSWERTUNG

## Burgen

-  Die Performance der Webseiten ist mittelmäßig (Ø 196 / 300)
-  User auf Google finden gut zu den Webseiten (Ø 3,6 / 5)
-  User auf Seznam finden sehr gut zu den Webseiten (Ø 4,2 / 5)
-  Die Optik der Webseiten ist gutes Mittelmaß (Ø 3 / 5)

# AUSWERTUNG

## Stifte

-  Die Hälfte der Stifte findet der User auf Wikipedia. Die Einträge sind auch gut gepflegt. (Ø 34 / 45 Punkte)
-  Auch Stifte sind Ausflugsziele und würden von Einträgen auf Tripadvisor und Bergfex profitieren. Leider kaum Stifte zu finden
-  Keine Einträge auf Herold
-  Facebook-Auftritte sind größtenteils vorhanden. Die Grenze zwischen offiziellen und UGC-Einträgen ist fließend. Oft fehlt hochwertiger Content.



# AUSWERTUNG

## Stifte

-  Stifte sind auf czech-tourist oder czech.cz kaum zu finden
-  Auftritte auf jiznicechy.cz sind gut (Ø 35 / 45 Punkte)
-  Leider kaum Google-Business-Einträge. Vorhandene Profile benötigen Pflege (Ø 9 / 45 Punkte)
-  Fast alle Stifte auf seznam mit eigenen Einträgen. Pflege aber notwendig (Ø 21 / 45 Punkte)



# AUSWERTUNG

## Stifte



Die Webseiten-Performance ist mittelmäßig (Ø 195 / 300)



Die Auffindbarkeit auf Google ist sehr gut (Ø 4,1 / 5 Punkte)



Die Auffindbarkeit auf Seznam ist gut (Ø 3,9 / 5 Punkte)



Die Webseiten schwanken hinsichtlich der Optik zwischen ok und gut (Ø 3,4 / 5 Punkte)



**PROJEKT ÜBERSICHT**  
**VORGEHEN**  
**AUSWERTUNG**  
**FAZIT**  
**KONTAKT**

# FAZIT PLATTFORMEN GESAMT

## Alle Denkmäler

### Bewertung Plattformen gesamt

	Wikipedia	Tripadvisor	Bergfex	Yelp	Herold	Facebook	czech-tourist	czech.cz	jiznicechy.cz	Google Business	seznam.cz
Summe	1.704	197	387	-	-	1.895	287	307	1.206	645	1.845
Durchschnitt	17,75	2,05	4,03	-	-	19,74	2,99	3,20	12,56	6,72	19,22

Punkte pro Plattform	38 - 45 P	30 - 38 P	22 - 30 P	13 - 22 P	9 - 13 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend
Schlüssel	≥ 85%	≥ 65%	≥ 50%	≥ 28%	< 28%

# FAZIT

## Plattformen Gesamt

PLATTFORM	ANMERKUNG
Wikipedia	Wichtigste Plattform vor allem für fremdsprachige Gäste. Pflege Inhalte (alle Denkmäler) und Links (CZ-Denkmäler) unbedingt vornehmen.
Tripadvisor	Oft nur User Generated Content – für Ausflugsziele wichtige Plattform
Bergfex	Für deutschsprachige Ausflugs Gäste wichtig
Yelp	hat sich während der Recherche als ungeeignet herausgestellt
Google my Business	Einträge für alle außer Städte möglich. Unbedingt machen.
Herold	Ist die Quelle für viele Sprachassistenten und Kartensysteme. Einträge werden empfohlen.
Facebook	Für gut besuchte Ausflugsziele empfohlen, sonst von der Tourismus-Info übernehmen lassen.
czech-tourist	Nur für tschechische Denkmäler relevant!
czech.cz	Nur für tschechische Denkmäler relevant!
jiznicechy.cz	Nur für Südböhmen relevant!
seznam.cz	Für tschechischen Markt sehr relevant. Inhalte pflegen (alle Denkmäler)

# FAZIT CUSTOMER JOURNEY

## Alle Denkmäler

### Bewertung Plattformen gesamt

	Webseiten	Customer Journey Google	Customer Journey Seznam	Bewertung Optik
<b>Summe</b>	<b>17.619</b>	<b>348</b>	<b>388</b>	<b>293</b>
<b>Durchschnitt</b>	<b>183,53</b>	<b>3,63</b>	<b>4,04</b>	<b>3,05</b>

### Bewertungsskala Webseiten-Performance

Punkte pro Plattform	300-255 P	255-195 P	194-150 P	149-84 P	84-0 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend

### Bewertungsskala Customer Journey und Optik

Punkte pro Plattform	4-5 P	3-4 P	2-3 P	1-2 P	0-1 P
Bewertung	sehr gut	gut	befriedigend	mangelhaft	ungenügend

# FAZIT CUSTOMER JOURNEY

## Alle Denkmäler

PLATTFORM	ANMERKUNG
Webseiten-Performance	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hinweis: CMS Systeme wie Wordpress mit vielen Plugins sind generell sehr langsam</li></ul>
Customer Journey Google	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generell gute Auffindbarkeit auf Google. Von Google-Business mehr Gebrauch machen!</li><li>• Suche nach tschechischen Museen leichter, da "Museum und Muzeum (CZ)" sehr ähnlich sind und Google die Zusammengehörigkeit erkennt</li><li>• Tschechische Seiten, auch wenn sie Deutsche Inhalte haben, haben oft CZ-Meta-Text</li><li>• Tipp für Gemeinde-Seiten: besser EINE Domain verwenden z.B. Zwettl.gv.at vs zwettl.info - besser für gute Navigation und Aufbereitung der Inhalte sorgen, sonst droht KW-Kannibalisierung</li></ul>
Customer Journey Seznam	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tschechische Seiten enden manchmal auf .cz oder .eu - Domains sauber weiterleiten, oft findet man tote Links!</li><li>• Immer wieder vorkommende "Konkurrenzseiten" sind: <a href="https://turistika.cz">https://turistika.cz</a>; <a href="https://www.czecot.de">https://www.czecot.de</a>, <a href="http://www.ckrumlov.info">http://www.ckrumlov.info</a>;</li></ul>
Optik Webseiten	<ul style="list-style-type: none"><li>• Viele CZ mit Sprachversionen in DE und EN ohne Inhalte und / oder Google-Translate mit schlechter Übersetzung - native Übersetzung wird empfohlen, zumindest eine Landingpage mit wesentlichen Informationen</li><li>• Umlaute und Sonderzeichen z.B: Apostrophen in CZ sind generell problematisch im jeweilig anderen Sprachraum</li></ul>

# FAZIT GESAMT

- Ganzheitlich betrachtet zeichnet sich die Sichtbarkeit der Denkmäler im Web als ambivalent ab. Manche Denkmäler weisen eine gute Sichtbarkeit und die Einträge einen echten Mehrwert für den Gast auf während andere Denkmäler ganz stark zurückliegen.
- Primär ist darauf zu achten, dass die Sichtbarkeit in Google und Seznam gegeben ist. Die Auftritte müssen nicht modern aber funktionell sein dh wichtige Informationen in der jeweiligen Landessprache aufweisen und kein kompliziertes Template nutzen
- Die Plattformen sind darüber hinaus „Fleißaufgabe“ und bei genügend Ressourcen professionell zu führen. Manche Plattformen sind strategisch wichtiger, als andere – ganz in Abhängigkeit vom Markt und Zielgruppe.

**PROJEKT ÜBERSICHT**  
**VORGEHEN**  
**AUSWERTUNG**  
**FAZIT**  
**KONTAKT**

# ANSPRECHPARTNER FÜR RÜCKFRAGEN



Michael Fenböck

Projekt-Manager

[m.fenboeck@tourismusmarketing.com](mailto:m.fenboeck@tourismusmarketing.com)

0043 699 109 47 116

**Interreg**



EUROPÄISCHE  
UNION

Österreich-Tschechische Republik

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



EUROPÄISCHE UNION

  
denkmäler | leben  
památkovýžijí

**SAINT ELMO'S**  
TOURISMUSMARKETING

**THANK YOU**

Sämtliche Rechte an den Inhalten (einschließlich Konzepte, Gestaltungen, Preise, Konditionen, Planungen, etc.) verbleiben ebenso wie jegliches den Inhalten zugrunde liegende Know-how und unabhängig davon, ob die Inhalte Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte darstellen, ausschließlich bei der Agentur.

Mit der Präsentation und / oder Überlassung der Präsentation und ggf. weiterer Unterlagen räumt die Agentur keinerlei Rechte an den Inhalten ein. Jegliche Nutzung, Verwertung, Vervielfältigung, Bearbeitung sowie jegliche Weitergabe an Dritte ist unzulässig und bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der Agentur. Alle Inhalte unterliegen der strikten Vertraulichkeit.