

Verschlafen oder voll dabei

Twitter, Facebook & Co:
Wie lassen sich soziale Netzwerke als Werbeträger für die Touristik vereinnahmen? Die Branche diskutiert bei den „Ammerländer Gesprächen“

von Lilo Solcher

Die ganze Welt twittert und trifft sich bei Facebook, Xing & Co. Die ganze Welt? Ausgerechnet in der Reisebranche haben sich viele tapfere Traditionalisten bisher vornehm zurück gehalten. Während schon das letzte Dorf seinen Facebook-Auftritt hat, während die Lufthansa munter über Aschewolke, Schnee und Regen twittert und die Deutsche Bahn Fahrkarten über ihre Facebook-Seite verkauft, diskutiert die Branche noch, ob so eine Fanpage auf Facebook tatsächlich ein Marketinginstrument sein könnte.

2012 soll es nun auch beim Reservierungssystem Amadeus soweit sein: Nicht weniger als eine „Social Travel Revolution“ wird angekündigt, wenn die eigene „Social Media Suite“ die heutige Touristikwelt mit sozialen Netzwerken verknüpft. Sie soll allen Reisebüros zum Beispiel die Einrichtung

einer Fanpage mit Buchungsfunktion ermöglichen. Der „boomende weltweite Plaudertreff“ Facebook (Armin Vielhaber, Studienkreis für Touris-

mus) ist inzwischen das Objekt der Begierde auch für die Reiseindustrie, die diesen Markt bisher eher verschlafen hat. Die „Ammerländer Gespräche“ des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung beschäftigten sich jetzt deshalb unter dem Motto „Connected – die Facebook Generation auf Reisen“ eher verspätet mit einem Phänomen, das für viele Menschen längst zum Lebensalltag gehört, für einige der Teilnehmer aber immer noch ein Buch mit sieben Siegeln zu sein scheint. Das legten zumindest die Diskussionsbeiträge nahe.

Ratlose Reiseveranstalter

Und das, obwohl so viele ihrer Kunden heute selbstverständlich mit Laptop, iPad oder Smartphone im Gepäck reisen. Man will ja „connected“ bleiben, will die „Freunde“ teilhaben lassen an den eigenen Erlebnissen, will auch die Sicherheit haben, immer und überall erreichbar zu sein. Auf solche Kontaktbedürfnisse reagiert die traditionelle Touristik bisher eher im Schneckenengang. Doch inzwischen ist die Reisebranche überzeugt davon, dass sie soziale Netzwerke dringend als Verkaufskanal brauchen wird, um ihre Botschaft an die Zielgruppe zu bringen. Die aber ist unwillig, mag ihre Community nicht als Werbespot missbraucht sehen. „Glaubwürdig bleiben“ müsste das Netz, mahnen der junge Blogger und der erfahrene Vertriebsmanager unisono. Der Spagat ist nicht einfach.

Als Vertriebsweg hat die Touristik das Internet längst akzeptiert. Bei den Möglichkeiten der Interaktion aber, die Soziale Netzwerke bieten, sind viele noch

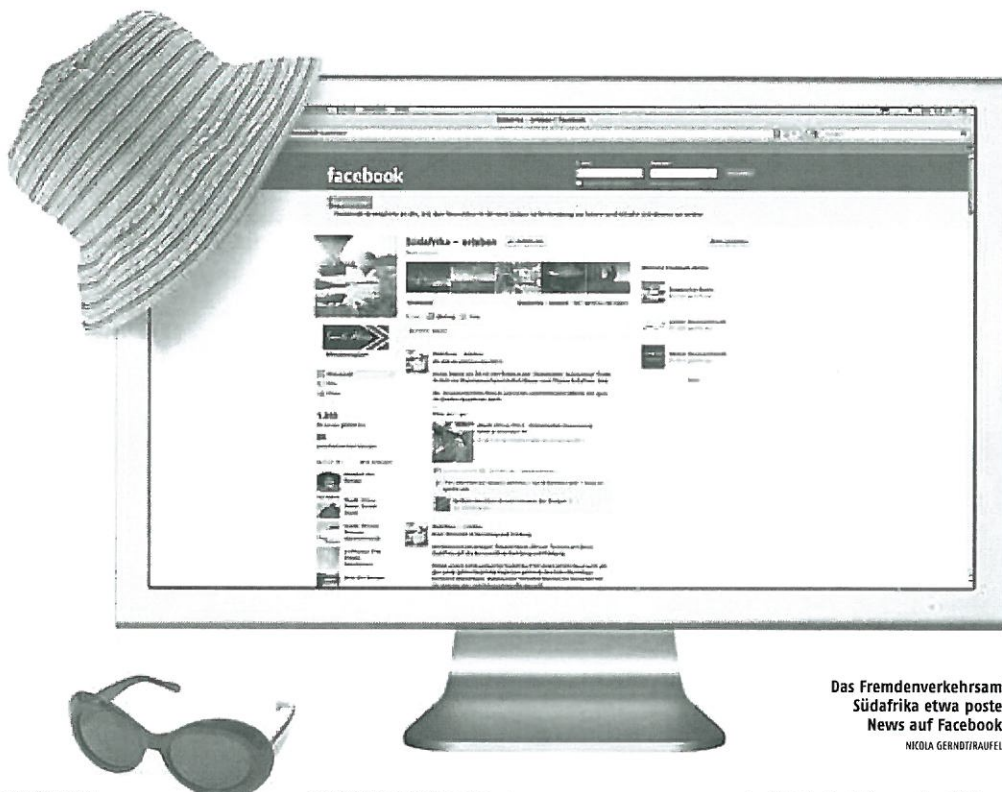
überfordert. Genau da will Amadeus mit seiner Social Media Suite für die Reisebüros eine Bresche schlagen. Sie sollen als „erfahrene Reiseprofis“ den Kunden Tipps geben, sie an die Hand nehmen und schließlich auch zur Buchung direkt auf der Fanpage bringen. Letztendlich, da sind sich die Touristiker einig, funktionieren neue Vertriebswege z.B. über Facebook nur so lange, wie jemand dahinter sitzt „und richtig Gas gibt“. „Wir müssen immer da sein, wo der Kunde ist“, formuliert es ein Reiseveranstalter bei den Ammerländer Gesprächen. „Heute bringen wir den Kunden zur Website, morgen die Website zum Kunden.“ Doch das ist nicht immer gewünscht – immerhin 72 Prozent der Unternehmen sperren nach einer aktuellen Untersuchung Social Media wie Facebook, Twitter & Co für ihre Mitarbeiter.

Service

Ammerländer Gespräche
Die Ammerländer Gespräche werden jedes Jahr im Oktober vom „Studienkreis für Tourismus und Entwicklung“ veranstaltet. Der gemeinnützige Verein betreibt Informations- und Bildungsarbeit zu Tourismusthemen. Er bringt Menschen zusammen, die sich mit touristischen Themen befassen: Journalisten und Veranstalter, Wissenschaftler und Unternehmer. So beschäftigten sich bisherige Ammerländer Gespräche u.a. mit der Rolle des Klimawandels im Tourismus. Außerdem kürt der Verein jedes Jahr vorbildliche Tourismusprojekte im „To Do!-Wettbewerb“. www.studienkreis.org

Das Fremdenverkehrsamt Südafrika etwa postet News auf Facebook.

NICOLA GERNDT/RAUFELO



ANZEIGE

Frankfurter Rundschau
Neues Lesen. Weiter denken.

TRAUMREISEN

Erleben Sie mit uns Sinnesfreuden pur auf dem Bruce-Highway in Australien oder entdecken Sie Hessen – ein Paradies für Wanderer.

Diese und viele andere spannende Reiseberichte finden Sie in unserem Magazin Traumreisen am 29. Oktober in Ihrer Frankfurter Rundschau.

Kontakt:
Heike Leuters – h.leuters@fr-online.de, Tel.: 069 / 21 99 - 30 76
Nina Koller – n.koller@fr-online.de, Tel.: 069 / 21 99 - 31 41