



Irgendwann treffen sich (fast) alle in virtuellen Netzwerken, glaubt Social-Media-Experte Michael Faber

Nachrichten

LCC

Nach den Reisebüros der Rewe Touristik und der Kooperation TSS hat nun auch LCC den Vertrag mit Amadeus um drei Jahre verlängert. Die Reisebüro-Kette nutzt nicht nur die Amadeus Selling Platform (Toma), sondern auch das neu entwickelte Midoffice-Tool Lima.

TSS

Die Reisebüro-Kooperation mit Sitz in Dresden hat mit der weltweit größten Hotelkette Best Western eine enge Zusammenarbeit vereinbart. Damit haben auch TSS-Büros ohne Iata-Lizenz Zugriff auf alle 4.000 Häuser der Kette. Ähnliche Vereinbarungen will Best Western auch mit anderen Organisationen treffen.

TUI Leisure Travel

Die Reisebüro-Kette hat eine neue Runde des hauseigenen Golfcups gestartet. Für die Franchiser von First ist es bereits die achte Auflage, geplant sind 31 Turniere. Die Hapag-Lloyd Reisebüros und TUI Reisedealer führen seit sechs Jahren Golfturniere durch und haben jeweils elf Turniere auf dem Spielplan. Als Partner sind TUI, Robinson Club, Deutsche Bahn und Sebamed mit an Bord.

Rewe Pauschaltouristik

Bis 31. Juli verlosen ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg unter allen Europcar-Neubuchungen 15 Tomtom-Navigationsgeräte. Die Autos müssen für mindestens drei Tage gemietet werden. Um zu gewinnen, ist eine E-Mail mit dem Namen des jeweiligen Veranstalters, der Buchungs- und Agenturnummer sowie dem Namen des Expedienten an gewinnspiel-europcar@rewe-touristik.com nötig. Die Gewinner werden im August benachrichtigt.

Bloggen fürs Geschäft

Warum Reisebüros **soziale Netzwerke** nicht unterschätzen sollten

Frankfurt. Irgendwann platzte Michael Faber der Kragen. Irgendetwas müsste man doch tun können gegen diese Aschewolke, dachte sich der gelernte Reiseverkehrskaufmann und Sohn einer Reisebüro-Inhaberin. Und rief mit dem Veranstalter My Passion Tours am 19. April via Facebook Touristiker aus ganz Deutschland zur Aktion „Pustet die Aschewolke weg“ auf.

Das Pusten half: Ein Tag nach Fabers Aufruf war die Asche am Himmel verschwunden und die Airlines begannen, ihr Flugprogramm wieder aufzunehmen. „Was 350 Teilnehmer so alles bewirken können“, schmunzelt Faber und zeigt Fotos von pustenden Menschen, von denen sich einige nach einer spontanen Terminabsprache sogar zum gemeinsamen Pusten im Zentrum von Frankfurt am Main versammelten. Eine Aktion, von der selbst KLM/Air France Wind bekam und sie sofort für Werbung in eigener Sache nutzte.

Enorme Dynamik im Netz

So kurios die ganze Aktion auch klingt: Sie zeigt, welche Dynamik soziale Netzwerke entwickeln können. „Ob man will oder nicht – Social Media verändert auch die Geschäftswelt der Touristik massiv“, meint der frühere Mitarbeiter bei FTI, der heute mit Faber Touristik Consulting selbstständig ist.

Der Grund dafür liege auf der Hand: „Menschen wollen Eindrücke und Meinungen teilen. Und dabei machen Reisebüro-Kunden keine Ausnahme“, verweist Faber auf Netzwerke wie Facebook, Twitter, Flickr, Xing und Wer-kennt-wen. Es sei allerdings gar nicht nötig, in allen Netzwerken unterwegs zu sein. „Man muss sich vielmehr das aussuchen, was zu einem passt und geschäftlich interessant ist.“ Ein gutes Beispiel ist das Reisebüro von Fabers Eltern. Die hatten von sozialen Netzwerken zunächst keine Ahnung, dann baute ihnen der Sohn in Facebook eine Blog-Community auf. Und schon bald merkten die er-

fahrenen Reiseverkäufer, dass man über dieses Tool ein hervorragendes und vor allem äußerst preisgünstiges Regional-Marketing aufbauen kann.

PRAXISTIPP Blogtours.de

Reiseverkäufer, die gerne schreiben und viel unterwegs sind, können beispielsweise bei Facebook Fanpages einrichten und/oder auf der Website ihres Reisebüros einen eigenen Blog betreiben. Letzteres wirkt doppelt: Einerseits können die eigenen Kunden die Infos lesen und ihre Meinung dazu abgeben. Andererseits wächst der Infogehalt der Seite und steigert damit die Chance, in den Suchmaschinen präsenter zu sein. Den Blog des Reisebüros Faber findet man unter www.blogtours.de/reisebuerofaber. Infos zur Beratung gibt es unter www.touristikconsulting.de. Allgemeine Seminare bietet Michael Faber über den DRV an. Infos unter www.driv.de.

Dort stellt der Vater sogar kurze Reisefilme ins Netz. Und während einer Weihnachtskreuzfahrt gab es tägliche Updates über den Reiseverlauf.

Inzwischen werden Infos wie diese von Hunderten Personen verfolgt, darunter viele Stammkunden, aber auch bislang unbekannte Personen. „Meine Eltern werden sogar schon auf der Straße auf ihre Facebook-Inhalte angesprochen“, berichtet Faber.

Das Umsetzen solcher Aktivitäten ist nach seiner Meinung gar nicht so schwer: „Man muss einfach eine Gruppe anlegen, und die Fans kommen von alleine“, behauptet er. Auch technisch gebe es keine großen Hürden. Wichtig sei es jedoch, regelmäßig interessante Inhalte zu bieten, neue Felder zu besetzen und das Interesse daran einfach auszuprobieren.

Online-Diskussionen beobachten

Wie groß das sein kann, zeigt RUF Jugendreisen: Der Veranstalter kommt in der eigenen Community inzwischen auf über 40.000 aktive Mitglieder. „Dies zeigt, wohin die Reise durch verändertes Nutzen der Medien hingehen kann“, sagt Faber.

Für Leistungsträger, aber auch für Reisebüros könne es zudem enorm wichtig sein zu erfahren, wie im Internet über das eigene Unternehmen gesprochen wird, meint die PR-Expertin Marina Noble. Die Inhaberin der Agentur Noble Kommunikation hat sich mit Faber zusammengetan und will Kunden wie Air New Zealand oder Landal Green Parks zeigen, welche Möglichkeiten Netzwerke bieten und welche Spielregeln dort gelten. Dabei gehe es nicht um eine einzelne Maßnahme wie eine Facebook-Page, „sondern um die Kommunikation als Ganzes“.

Faber dagegen konzentriert sich im Rahmen eines Vertrags mit der FH Worms und dem DRV auf die Schulung von Reiseverkäufern. „Hier steckt für Reiseverkäufer unglaublich viel Potenzial. Man muss es nur angehen“, ist der Experte überzeugt.

Matthias Gürtler



Immer öfter virtuell unterwegs:
PR-Expertin Marina Noble
und Michael Faber

Heute verfügt die Agentur in Kastellaun in der Eifel über verschiedene Web-Präsenzen in Social Networks sowie einen Reiseerlebnis-Blog.

Fotos: stock.xchng, Noble