



## Web 2.0 Marketing- Neue Marketing Tools für den Tourismus?!

Vortrag von Karin Schmollgruber – Beraterin für den Einsatz von Web 2.0 im Tourismus & Herausgeberin des Tourismusmarketing-Blogs [www.FastenYourSeatbelts.at](http://www.FastenYourSeatbelts.at) bei den Schönbrunner Tourismusgesprächen am 14. September 2007.

### DAS WEB 2.0 SCHLIESST INFORMATIONSLÜCKEN

Informationen und Services, die von den klassischen Tourismusleistungsträgern online nicht angeboten werden, egal ob bewusst oder unbewusst, finden über den Weg des Web 2.0 dennoch ins Internet und in der Folge zu den potenziellen Gästen. Ob Sie es wollen oder nicht: User Generated Content (UGC) oder User Generated Media entsteht ohne Ihr Zutun. UGC führt zu Transparenz. Transparenz ist gleich Mündigkeit.

### REFLEXION

*Vor 10 Jahren lauteten die Fragen:*

Brauchen wir eine Website?  
Dürfen unsere Mitarbeiter surfen?

*Heute lauten die Fragen:*

Brauchen wir das Web 2.0?  
Dürfen unsere Mitarbeiter es benutzen?

Selbst wenn Sie die Bedeutung des Web 2.0 für Ihr Unternehmen jetzt noch nicht richtig einschätzen können: Die Gespräche finden jetzt und um uns herum statt.

- ▶ Was bedeutet das für Sie, für Ihre Marketingstrategie, die Verteilung des Marketingbudgets, für Ihre Website-Strategie?

### WEBSEITEN SIND MEDIEN

Wer im Internet präsent ist, ist also nicht nur ein Hotel, Museum, Serviceanbieter, Reiseführer, Tourismusverband, LTO oder NTO, sondern auch ein Medienanbieter. Auch wenn Sie sich nicht als Medium begreifen, Ihre Gäste und potenziellen Gäste werden Ihre Webseite zunehmend an diesen Maßstäben beurteilen. Bei der Gestaltung der Inhalte sollte man sich also nicht an den touristischen Mitbewerbern orientieren, sondern die Ansprüche erfüllen, die Kunden an klassische Medien stellen: Aktualität, Service, Information, und Unterhaltung. Viele dieser Ansprüche lassen sich durch die einfachen Veröffentlichungsinstrumente des Web 2.0 wie Weblogs, Bilder- und Videoplattformen erfüllen.

Das erlaubt uns, Geschichten besser zu erzählen. Unmittelbarer. Aktueller. Dazu können wir Videos, Fotos, Berichte oder sonstige Informationen benutzen. Durch die Vernetzung der verschiedenen Social Networks können wir mehr potenzielle Kunden ansprechen. Das Besondere: Die Abonniefunktion dieser Medien ermöglicht, dass neue Inhalte automatisch an die Interessenten geschickt werden (mittels RSS = Real Simple Syndication).

- ▶ Was bedeutet das für Ihre Kommunikationsstrategie?
- ▶ Wann wollen Sie sich – bzw. Ihre Webseite – für die Generation vorbereiten, die mit dem Internet aufgewachsen ist? Diese so genannten Digital Natives sind die Kunden Ihrer Zukunft.

*Mag. Karin Schmollgruber*

Malzgasse 12/11 · A-1020 Wien · Fon/Fax +43/1/925 40 40 · Mobil +43/699/1925 40 40  
ks at passionpr.at · [www.fastenyourseatbelts.at](http://www.fastenyourseatbelts.at) · [www.passionpr.at](http://www.passionpr.at) · ATU56045700



## EIN APPELL ZUM SCHLUSS

Lesen Sie. Schreiben Sie. Kommunizieren Sie. Teilen Sie.

Erzählen Sie Geschichten. Authentische, unterhaltsame Geschichten, die Ihre Persönlichkeit bzw. die Ihres Unternehmens durchscheinen lassen. Hören Sie den anderen zu. Schenken Sie deren Geschichten das größte Gut, nämlich Aufmerksamkeit.

Reißen Sie die Mauern ein. Die Mauern im Kopf. Die Mauern zwischen Ihrem Content und dem Rest. Und erobern Sie das Web 2.0.

## DIE 6 SCHRITTE DER WEB 2.0-STRATEGIE

- |  |   |
|--|---|
| <b>Lernen Sie das Medium kennen.<br/>Hören Sie zu.</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ Lernen Sie die verschiedenen Instrumente des Web 2.0 kennen.</li><li>▶ Hören Sie zu, um zu erfahren, was über Ihr Unternehmen, Ihr Service oder Ihre Destination gesagt wird.</li></ul>   |
| <b>Beginnen Sie ein Gespräch.</b>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ Nehmen Sie Kontakt auf.</li><li>▶ Kommentieren Sie.</li><li>▶ Unterstützen Sie die Verbreitung von Bewertungen, Fotos, Videos und Berichten.</li><li>▶ Schenken Sie Aufmerksamkeit.</li></ul>                                       |
| <b>Bereichern Sie die Community.</b>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ Tragen Sie etwas bei.</li><li>▶ Bieten Sie einen Mehrwert und Service, indem Sie Ihr Know-how – frei von Marketingjargon und Verkaufsgier – beisteuern.</li><li>▶ Die Community wird das bemerken und Ihnen dankbar sein.</li></ul> |
| <b>Experimentieren Sie.</b>                            | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ Wagen Sie den gut geplanten Sprung in Weblogs, Plattformen und Communities.</li><li>▶ Experimentieren Sie mit ersten eigenen Projekten.</li><li>▶ Stellen Sie Ihre Contents online.</li></ul>                                       |
| <b>Hören Sie zu.</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ Hören Sie zu, wie wird Ihr Eintritt aufgenommen?</li><li>▶ Welches konstruktive Feedback gibt es?</li><li>▶ Beziehen Sie Stellung.</li><li>▶ Nutzen Sie Kritik und Lob zur Verbesserung Ihrer Leistungen.</li></ul>                 |

**Weitere Infos, die vollständige Information sowie Anmeldeinfos für den Workshop am 22.10. in Wien auf [www.passionpr.at](http://www.passionpr.at) und [www.FastenYourSeatbelts.at](http://www.FastenYourSeatbelts.at):  
Laufend Information über Web 2.0 & Tourismus als E-Mail-Newsletter oder RSS-Abo.**

*Mag. Karin Schmollgruber*

Malzgasse 12/11 · A-1020 Wien · Fon/Fax +43/1/925 40 40 · Mobil +43/699/1925 40 40  
ks at passionpr.at · [www.fastenyourseatbelts.at](http://www.fastenyourseatbelts.at) · [www.passionpr.at](http://www.passionpr.at) · ATU56045700