

## Interview: Social Media im Fokus

# Das geht jeden an

Sich austauschen, andere Menschen an etwas teilhaben lassen: Ein Grundbedürfnis des Menschen ist die Kommunikation. Der Begriff Social Media umfasst digitale Medien, die jeden unterstützen können, sich zu vernetzen und zu kommunizieren. Über die Möglichkeiten per Social Media als Gastgeber präsent zu sein, sprach die Hotel&Technik-Redaktion mit Thomas Hendele.

**H&T** Ist es für jeden Hotelier sinnvoll, Social Media zu nutzen?

**Thomas Hendele** Social Media geht jeden etwas an und Social Media nicht zu nutzen, wäre ein großes Risiko. Von sozialen Netzwerken im Internet zu profitieren, heißt aber im ersten Schritt zuzuhören. Man muss wissen, was über das eigene Hotel gesprochen, auch auf welchen Portalen es wie bewertet wird.

**H&T** Wo sollte man zuhören?

**Hendele** Vor Jahren gab es beispielsweise den Toilettenblogger: Er hat unter anderem Hotels anhand ihrer Toiletten bewertet und die Fotos – für viele die Visitenkarte eines Hauses schlechthin – ins Netz gestellt. Dabei haben einige Betriebe sehr schlecht abgeschnitten. In der Regel erfahren diese aber nur davon, wenn sie Google Alerts nutzen – ein kostenloses Tool zur Überwachung von Keywords. Außerdem sollte man den Google Reader verwenden, um sich per RSS Inhalte einspielen zu lassen. Ein alternatives Tool ist netvibes.com. Anhand der Keywords wird dort herausgefiltert, was auf Flickr, Youtube, Google News oder in Blogs et cetera passiert. Für öffentliche Beiträge in sozialen Netzwerken lohnt auch mal ein Blick auf socialmention.com. Die Forenszene in Deutschland ist recht groß: Um dort dabei zu sein, kann man bei der Suchmaschine boardreader.com seine Keywords eingeben – ebenfalls abrufbar über RSS. All diese Tools stehen dem Hotelier kostenlos zur Verfügung und bieten einen sehr guten ersten Überblick.

**H&T** Welche Möglichkeiten bietet Social Media dem Hotelier?

**Hendele** Unendlich viele ... In Deutschland nutzen mittlerweile 75 Prozent der Menschen Social Media. Wir fragen Freunde und persönliche Bekannte nach einer Meinung, wenn wir beispielsweise ein passendes Hotel suchen – weil wir uns austauschen, die Erfahrungen anderer nutzen wollen – und genau das geschieht jetzt

immer mehr im Internet. Zudem können sich Menschen im Internet inspirieren lassen. Zum Beispiel über Fotos, die Urlauber posten: Das kann Anregung sein, einmal zu dem gezeigten Ort fahren zu wollen. Auch eine Form von Austausch, die es zwischen Gast und Gast schon immer gegeben hat. Nur: Heute kann man sich als Hotelier viel mehr daran beteiligen. Zum einen, indem man sich einschaltet und etwas dazu sagt: Wenn man sich auskennt und einen Mehrwert bietet und nicht nur mit der Vertriebsglocke läutet. Und zum anderen kann der Hotelier aus dieser Online-Kommunikation Informationen ziehen: Was wünscht der Gast? Worauf liegt der Fokus? Oder hat das Hotel vielleicht einen Verbesserungsbedarf?

**H&T** Gibt es weitere Ansätze, sich aktiv als Gastgeber einzubringen?

**Hendele** Es geht um eine verstärkte Webpräsenz. Man weiß heute gar nicht mehr genau, wo der Kunde mit dem Produkt das erste Mal in Kontakt kommt. Nur mit der hoteleigenen Webseite hat man da entsprechend wenige Angriffspunkte. Ist man aber auf verschiedenen Portalen präsent und lanciert Inhalte, hat man eine Webpräsenz und wird entsprechend öfter gesichtet. Hier hat der Hotelier die Chance, dem potenziellen Gast schon in der Inspirationsphase zu begegnen. Normalerweise beginnt dieser Kontakt erst, wenn der Gast weiß, dass er beispielsweise nach Wien will und ein Vier-Sterne-Hotel sucht. Aber die Inspiration war vorher: Der Gast weiß, er will nach Wien und den Prater sehen. Schafft der Hotelier es schon an dieser Stelle wahrgenommen zu werden, ist der erste Schritt getan, den Kunden thematisch und emotional abzuholen.

**H&T** Um im Internet präsent zu sein, sollte man etwas zu erzählen haben.

**Hendele** Um herauszufinden, was man erzählen kann, muss man sich zuerst fragen: Warum kommen Gäste zu mir ins Haus? Was habe ich



Thomas Hendele, some communication, kommt aus der Hotelbranche und hat sich seit fast zehn Jahren dem Online Marketing verschrieben. Er unterstützt Hoteliers bei ihrem Eintritt in Social Media und berät sie in allen Fragen rund um die Onlinevermarktung. Sein Blog zum Thema unter [www.hotel-newsroom.de](http://www.hotel-newsroom.de)

für eine Kundengruppe, was für eine Kundenstruktur? Welche USPs habe ich und wo lassen sich eventuell auch Dinge ändern? Das ist eine sehr individuelle Geschichte, ein Prozess, der viel Arbeit erfordert und der verdeutlichen muss, was man teilen und mitteilen will.

**H&T** Was leistet Social Media intern?

**Hendele** Social Media wird ganzheitlich etliches verändern, wie die Kommunikation im Haus. Wichtig ist auch die Frage, wie die Generation Y mit dem Thema umgeht? Jemand der jetzt seine Ausbildung beginnen will, der schaut auch mal, wie das Hotel auf Facebook dasteht.

**H&T** Welche Nachteile kann die Nutzung von Social Media haben?

**Hendele** Datenschutz und Privatsphäre sind große Themen, mit denen man sich beschäftigen muss. Das geht mittlerweile oft schon sehr weit: Ein positiver Beitrag oder ein „gefällt mir“ eines Mitarbeiters kann da schon als Eigenwerbung ausgelegt werden. Den Kunden zu animieren: ‚Werden Sie Fan und wir laden Sie zu einem Cocktail ein!‘ kann im Prinzip schon ein Wettbewerbsverstoß sein. Ein Nachteil ist, dass viele einfach drauflos agieren, indem sie beispielsweise ein Azubiprojekt rund um Social Media starten. Als Unternehmen muss man einen professionellen Auftritt haben. Dabei sollte man unbedingt bedenken, dass man, wenn man etwas anfängt, es auch konsequent weiterführen muss. Auch mit Rücksicht auf die Ressourcen. Gerade ein Blog ist ein tolles Werkzeug, das nicht nur Spaß macht, sondern sich auch besonders gut zur Kundenbindung eignet. Gäste bekommen einen authentischen Einblick – aber ein Blog, der nur drei uralte Beiträge enthält, ist eher imageschädigend.

Mehr Informationen zu diesem Thema unter [www.hotel-webcode.de](http://www.hotel-webcode.de) ▶ 5029