

## Urlaubsplanung im Web 2.0: Warum Tourismusunternehmen Online Reputation Management brauchen

***Neue Umfragen belegen: Rund 53% der TripAdvisor-User buchen kein Hotel, das noch keine Bewertungen durch andere Reisende erhalten hat. Und 76% teilen ihre persönlichen Urlaubseindrücke regelmäßig in Social Media. Mit Online Reputation Management können sich Tourismusunternehmen den neuen Herausforderungen des Web 2.0 erfolgreich stellen. Der OnlineMarketingBerater informiert.***

Für immer mehr Urlauber wird die Online-Recherche über Hotels und Reisedestinationen zu einer Selbstverständlichkeit: 87% der Reisenden sind bereits der Meinung, dass das Urlaubsportal TripAdvisor ihnen die Wahl des Hotels erleichtert. Diesen Trend ließ das US-Unternehmen kürzlich mittels einer Online-Umfrage unter 2.739 Teilnehmern ermitteln. Zugleich zeigt die Studie, dass auch die Entscheidung für oder gegen ein Reiseziel häufig im Internet getroffen wird: 53% geben an, kein Hotel buchen zu wollen, das online noch keine Bewertungen von Gästen erhalten hat. Die Bereitschaft, eigene positive Urlaubseindrücke in Bewertungsportalen zu veröffentlichen, erreicht mit 74% in der Studie einen hohen Wert, was das Chancenpotenzial der sozialen Medien klar und deutlich veranschaulicht. Die Glaubwürdigkeit des Mediums Internet steht zudem für die überwältigende Mehrheit der Befragten außer Frage: 98% der Teilnehmer sind der Auffassung, dass es sich bei Einträgen in TripAdvisor um tatsächliche Erfahrungen anderer Reisender handelt.

Wie können Hoteliers und Touristikunternehmen auf diese Chancen und Herausforderungen reagieren? Das Team von *Der OnlineMarketingBerater* kann auf mehrere erfolgreiche Internet-Projekte für Reiseveranstalter, Kreuzfahrtgesellschaften und Tourismusbehörden zurückblicken und rät zu einer aktivierenden Online-Kommunikation mit Reisegästen und potenziellen Kunden. Dazu gehört vor allem eine breit aufgestellte Präsenz in den Social Media, die zufriedene Kunden motiviert, ihre persönlichen Reiseeindrücke zu schildern – auf einschlägigen Bewertungsportalen, vor allem aber auch auf offiziellen Social Network-Profilen wie einer hoteleigenen Facebook-Fanpage. Überzeugt ein Hotel seine Gäste mit erstklassigem Service, sauberen Stränden und vielseitigen gastronomischen Angeboten, dann schlägt sich dies online in positivem Kundenfeedback nieder und ermöglicht ein digitales Empfehlungsmarketing, das deutlich wirkungsvoller als viele klassische Werbe- und PR-Kampagnen sein kann. Wie eine weitere TripAdvisor-Studie im September 2012 belegte, nutzen rund 76% der Touristen Social Media, um Reiseeindrücke öffentlich mit anderen zu teilen. Dieses Potenzial gilt es auszuschöpfen.

Der zweite Erfolgsfaktor ist das kontinuierliche Social Media Monitoring. Hotelbetreiber und Reiseveranstalter müssen wissen, was ihre Kunden in Portalen, Blogs, Netzwerken und Foren über die Qualität der Hotelzimmer, die Sauberkeit der hoteleigenen Anlagen und das Personal vor Ort zu sagen haben. Dazu gehört insbesondere die Auswertung und Moderation von kritischen Postings, zum Beispiel auf Facebook oder auf Bewertungsportalen. Das Online Reputation Management erreicht seine Ziele auch und gerade in der Touristik nur dann, wenn

imagegefährdende Einträge frühzeitig erkannt und die eigene Kommunikation dementsprechend neu ausgerichtet wird. Denn auch das belegt die TripAdvisor-Umfrage: 57% der User sind eher bereit ein Hotelzimmer zu buchen, wenn das Hotelmanagement auf (kritische) Kommentare mit eigenen Stellungnahmen reagiert hat.

*Der OnlineMarketingBerater* entwickelt maßgeschneiderte Konzepte für die Social Media Communication in der Touristik und zeigt, wie Hotels und Reiseveranstalter ihre Stärken in den sozialen Medien aktiv und umsatzwirksam kommunizieren können.

Weitere Informationen: <http://www.online-marketing-berater.com>

### ***Der OnlineMarketingBerater***

Mit einem bundesweiten Expertennetzwerk entwickelt *Der OnlineMarketingBerater* für Kunden aus verschiedenen Branchen individualisierte Lösungskonzepte zur Umsatz- und Imagesteigerung im Internet. Das Leistungsportfolio umfasst mit den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google AdWords (SEA), Social Media Marketing (SMM), Internet Public Relations (IPR), und Online Reputation Management (ORM) alle wesentlichen Disziplinen, die heute im Online Marketing und damit in der digitalen Geschäftswelt erfolgsentscheidend sind.

*Der OnlineMarketingBerater* betreibt Niederlassungen in Würzburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

*Der OnlineMarketingBerater*  
Peter Zahn

Mozart-Center  
Berliner Platz 12  
97080 Würzburg

Tel.: +49 (0) 931 - 260 27500  
Fax: +49 (0) 931 - 260 2750-29

E-Mail: [presse@online-marketing-berater.com](mailto:presse@online-marketing-berater.com)  
Internet: <http://www.online-marketing-berater.com>