



Fotos: Ernst Rose/pixelio.de, ta

Erfolg hat viele Väter. Die Präsenz in sozialen Netzwerken könnte für Reisebüros künftig dazugehören

# Was bringen Facebook & Co?

## Social-Media-Serie

### Teil 1: Die neue Form der Mund-zu-Mund-Propaganda

**Frankfurt.** Zugegeben, auch wir waren am Anfang skeptisch, als die Entscheidung fiel, als Fachzeitschrift in Facebook Präsenz zu zeigen. Datensicherheit, „Gefällt mir“-Buttons, die Kürze der Kommentare – wir hatten viele Zweifel. Inzwischen hat sich das geändert: Unser Auftritt unter [www.facebook.com/touristik](http://www.facebook.com/touristik) aktuell hat sich als eine äußerst demokratische Variante des Journalismus herausgestellt. Und ist für uns eine Quelle für Themen, die Reisebüros interessieren. Genauso wie für uns können soziale Medien auch für Sie als Reiseverkäufer zur Fundgrube werden – zur Fundgrube für neue Kunden, die damit eine sehr moderne Möglichkeit erhalten, mit Ihnen in Kontakt zu treten. Aus diesem Grund starten wir mit diesem Heft eine kleine Serie zu Social Media. Geschrieben wird sie im Wechsel von der Kommunikationsexpertin Marina Noble und dem Reiseverkäufer und Social-Media-Fachmann Michael Faber.

## Wie auf einer Party

Facebook & Co sind in aller Munde. Viele Unternehmen nutzen die Social Media bereits für ihre Kommunikation oder denken über einen Auftritt nach. Auch Reisebüros befassen sich mit diesem Thema – wie vor Kurzem eine Umfrage in dieser Zeitung deutlich machte. Bevor die Entscheidung über ein berufliches oder privates Engagement fällt: Es geht bei Social Media nicht nur um eine Facebook-Seite oder einen Twitter-Account, sondern um eine grundlegende Veränderung der Kommunikation.

Im so genannten Web 1.0 gingen die Menschen auf Informationssuche. Im Web 2.0 veröffentlichen sie ihre Gedanken und sagen ihre Meinung. Eigentlich ist es so wie auf einer Party: Zwei stehen zusammen und plaudern, ein Dritter hört zu und erzählt es zwei Freunden weiter. Früher hieß dies Mund-zu-Mund-Propaganda. Heute steigt eine Riesen-Party, und Web 2.0 liefert das Megafon. Während der Radius frü-

her begrenzt war, kann sich heute eine Nachricht in Sekundenschnelle rund um den Globus verbreiten. Oder ein anderes Bild: Früher diskutierten Männer und Frauen über ein Produkt oder eine Erfahrung am Stammtisch oder beim Kaffeekränzchen. Heute tun sie dies im Internet

mit einer viel größeren Reichweite: eine gigantische Beschwerde- und Empfehlungsstelle. Welches Unternehmen, egal welcher Größe, kann hier daneben stehen? Sollte es nicht zumindest seinen Kunden zuhören? Aus einer ganz persönlichen Sicht können Social Media eine ganze Reihe von Nutzen bieten: sich mit Men-



schen austauschen, sie wiederfinden und mit ihnen in Kontakt bleiben, Wissen und Erfahrung teilen, Neues lernen, Sachverhalte verstehen. Und nicht zuletzt neue „Freunde“ kennen lernen, die das Leben bereichern. Dabei entscheidet jeder selbst über seine Quellen und Themen sowie darüber, wie häufig, er/sie online geht.

Marina Noble