

## MÜSSEN WIR AUF FACEBOOK ÜBERHAUPT PRÄSENT SEIN?

**FRAGE:** *Brauchen wir als Vierstern-Hotel in Zürich (90 Prozent Business-Gäste, 140 Zimmer) eine eigene Applikation? Macht das Sinn? Und muss unser Business-Haus auf Facebook überhaupt präsent sein?* G. Z., Hotelier

**ANTWORT:** Smartphone- und Tablet-Besitzer installieren eine Applikation nur, wenn sie einen echten Mehrwert bieten und es sich lohnt, sie regelmässig abzurufen oder während einer begrenzten Zeit – zum Beispiel bei einem Städtetrip – intensiv zu nutzen. Die beliebtesten Apps stillen Newsbedarf und Neugierde, erleichtern Arbeits- und Freizeitplanung, informieren mit Bildern und Beschreibungen über neue Angebote, unterstützen Kaufentscheidungen, ermöglichen die Vernetzung mit interessanten Menschen oder sorgen für Abwechslung und Unterhaltung. Und das alles meistens gratis.

Nur wenn es einem Hotel gelingt, diese Anforderungen zu erfüllen, landet seine App – und damit auch seine Push-Nachrichten zu Angeboten, Aktivitäten, Wettbewerben etc. – auf den Displays. Der Aufwand für eine gute App ist hoch. Deutlich einfacher und effizienter ist die Integration in «fremde» Apps wie Buchungs-, Bewertungs- und Social-Media-Plattformen, Marketingorganisationen oder Hotelketten. Zwar müssen sich hier die Anbieter die Aufmerksamkeit der App-Benutzer teilen, dafür gelangen sie an ein ungleich grösseres Publikum. Wichtig ist bei diesen «Fremd-Apps», dass die Verlinkung zur eigenen Website gut sichtbar ist, dass diese einem Top-Standard entspricht und auf Smartphones & Co. optimal, das heisst benutzerfreundlich und übersichtlich, angezeigt wird.

Damit haben Sie im virtuellen App-Markt eine gute Ausgangslage, ohne den Aufwand für die Programmierung tragen zu müssen. Denn dieser ist nicht zu unterschätzen, muss doch für jede Zielplattform (iPhone, iPad, Android, Windows Mobile usw.) eine separate App entwickelt werden. Webbasierte Alternativen sind – dank dem neuem Internet-Standard HTML5 – zwar im Kommen. Die Web-Anwendungen funktionieren ähnlich wie Apps, werden aber via Internet-Browser bezogen, und nicht via App-Store. Ein und dieselbe Anwendung kann somit auf Endgeräten aller Art installiert werden. Das reduziert die Entwicklungskosten deutlich. Doch bis sich diese Web-Anwendungen wirklich durchgesetzt haben, dürfte noch einige Zeit vergehen.

Eine Facebook-Präsenz ist sehr empfehlenswert. Sofern sie Teil einer umfassenden Social-Media-Strategie ist, die auch alle anderen relevanten Plattformen berücksichtigt, und sie keine reinen Marketing-Absichten verfolgt. Denn bei den «Sozialen Medien» geht es um viel mehr als um Facebook und um das Platzieren von «versteckten» Werbebotschaften. Es geht um die Bereitschaft, den Dialog mit einem riesigen Publikum aufzunehmen. Rund um den Globus, rund um die Uhr. Um den Willen, da präsent zu sein, wo über Sie gesprochen wird und aktiv mitzudiskutieren.

Neben Facebook sind vor allem Google+ und Twitter zu beachten. Google+ ist nicht nur wegen des offenen Netzwerkes spannend. Sondern auch, weil die Bewertungen künftig in den Google-Suchergebnissen berücksichtigt werden und damit Ihr Google-Ranking verbessern. Für Twitter gibt es mittlerweile eine spezielle Software von Drittanbietern, die Tweets automatisiert nach vorgegebenen Stichwörtern durchsucht. Damit können Sie beispielsweise diejenigen Autoren herausfiltern, die «Städtereise», «Fliegen» und «Zürich» verwenden – und ihnen via Software ein individuelles Angebot direkt zukommen lassen. **H**



**Die Autorin:** Nora Fehr ist Partnerin und Mitglied der Geschäftsleitung bei Dr. Schenker Kommunikation AG in Bern. Zuvor wirkte die eidg. dipl. PR-Beraterin als Kommunikationsleiterin bei Hotelleriesuisse. Sie ist auch als Expertin an den Berufsprüfungen für eidg. dipl. Marketingfachleute tätig.  
Kontakt: [n.fehr@schenkerkom.ch](mailto:n.fehr@schenkerkom.ch)  
[www.schenkerkom.ch](http://www.schenkerkom.ch)

## Hotelier ratgeber

### LESER FRAGEN – EXPERTEN ANTWORTEN

Haben Sie Fragen zu aktuellen, brisanten oder kritischen Themen? Finanz- oder Personalprobleme? Fragen zu Marketing, Sales oder Food & Beverage? Unsere Experten, alles renommierte Spezialisten aus der Hotel- und Gastronomieszene, beantworten Ihre Fragen kompetent und aktuell.

[ratgeber@hotelier.ch](mailto:ratgeber@hotelier.ch)