

Facebook: Fluch oder Segen?

Im Herbst hat Zermatt Tourismus eine Studie publiziert, die die Onlinepräsenz von Hotels und Ferienwohnungen in der Destination bewertet. Die Studie zeigt viele Stärken von Zermatter Beherbergern. Sie zeigt aber auch Nachholbedarf im Bereich Social Media.

«Social Media zu betreuen bedeutet viel Aufwand. Eine professionell geführte Facebook-Seite kann einem Unternehmen allerdings enormen Aufwind bringen», sagt Corinne Ulrich, Social-Media-Verantwortliche bei Zermatt Tourismus. Gerade im Tourismusbereich sei die gute Präsentation auf Facebook ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Wie sieht eine professionell geführte Facebook-Seite aus?

«Ein wichtiger Punkt ist sicherlich, dass regelmässig – also mehrmals wöchentlich – Beiträge erscheinen. Denn niemand verfolgt die Aktivitäten einer «toten» Seite», so Corinne Ulrich. Facebook ist in den letzten Jahren gealtert. So erreicht man zurzeit insbesondere Personen ab 30 Jahren mit dem Social-Media-Kanal Facebook. Dies ist eine Information, die bei der Erstellung von Beiträgen zu beachten ist.

Im Gegensatz zur Homepage wird auf Facebook alltägliche und emotionale Sprache gewünscht. Die Ansprache ist per Du. «Man darf ruhig auch mal etwas Humorvolles oder Provokatives posten.» Denn die Idee ist, Gäste auf eine unkomplizierte Art anzusprechen.

Zwei Facebook-Einträge täglich

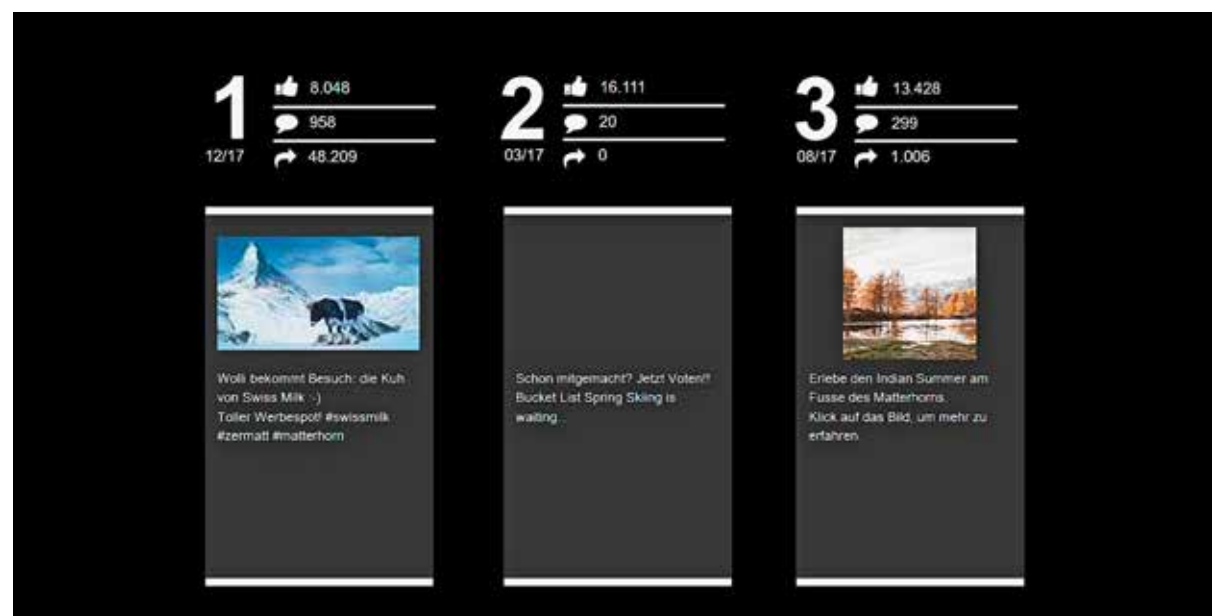
Manch einer mag sich vielleicht fragen, welche Inhalte man veröffentlichen soll. «Das kann ein hübsches Bild, ein überraschendes Video oder auch ein lustiger Spruch sein. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.» Auf Facebook eignen sich alle Soft Facts. Hard News und Werbung sind eher fehl am Platz.

Zermatt Tourismus hat im Jahr 2017 im Schnitt zwei Facebook-Beiträge pro Tag veröffentlicht. Diese Beiträge wurden 33 Millionen Mal angeschaut. Täglich interagieren 11'800 Fans mit Zermatt – Matterhorn. Zum Vergleich: Die Destination hat gleich viele Hotel- und Ferienwohnungsbetten.

Fünf Tipps von Social Media Managerin Corinne Ulrich



1. Besser kein Kanal als ein schlecht geführter.
2. Regelmässig Beiträge veröffentlichen.
3. Auf die Kommentare der Gäste eingehen, Interaktion anstreben.
4. Vielfältige Beiträge publizieren und auch Videos veröffentlichen.
5. Nicht dann Beiträge posten, wenn man gerade Zeit hat, sondern dann, wenn etwas aktuell ist.



Die drei Top-Beiträge von Zermatt – Matterhorn im Jahr 2017.