

Lucerne University of  
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE  
LUZERN**

Wirtschaft  
Institut für Tourismuswirtschaft ITW

**Hes·SO**  
Haute Ecole Spécialisée  
de Suisse occidentale  
Fachhochschule Westschweiz  
University of Applied Sciences  
Western Switzerland



VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER  
ASSOCIATION SUISSE DES MANAGERS EN TOURISME  
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEI MANAGERS DEL TURISMO  
ASSOCIAZIUN SVIZRA DALS MANAGERS DAL TURISSEM

**Schweiz Tourismus.**  
MySwitzerland.com



Seminar

# Social Media Marketing für Tourismusorganisationen

Donnerstag, 17. Juni 2010



## Zeit und Ort

Donnerstag, 17. Juni 2010  
von 09.30 –16.30 Uhr  
am ITW an der Rösslimatte 48  
in Luzern im Raum 2.02  
(12 Gehminuten vom Bahnhof entfernt)

## Kosten

CHF 150.00  
(CHF 99.00 für VSTM-Mitglieder)

## Anmeldung

Hochschule Luzern - Wirtschaft  
Institut für Tourismuswirtschaft ITW  
Rösslimatte 48, Luzern  
Tel.: 041 228 41 45  
Fax: 041 228 41 44  
E-Mail: itw@hslu.ch  
www.hslu.ch/itw

## Anmeldeschluss

04. Juni 2010

## Seminarbeschrieb

Touristen laden Fotos auf Flickr, werden auf Facebook Fans von Destinationen, diskutieren mit Gleichgesinnten in der Online-Community TravBuddy, bewerten Hotels auf Holidaycheck und TripAdvisor oder berichten von den Reiseerlebnissen auf einem persönlichen Blog. Die Nutzung dieser Dienste auf dem Internet zeigt, dass die Gäste zunehmend Informationen ins Web stellen und über neue Medien kommunizieren. Aufgrund des Austausches unter den Nutzern werden diese Plattformen und Inhalte auch als Social Media bezeichnet. Es ist erwiesen, dass

- Touristen diesen Inhalten von anderen Touristen vertrauen und teilweise den betriebseigenen Informationen weniger Glauben schenken;
- Social Media Plattformen immer mehr für die Suche genutzt werden und die Entscheidungen der Nutzer beeinflussen;
- Leistungserbringer zunehmend eine Präsenz auf Social Media Plattformen anstreben, aber gegenwärtig noch in der Experimentierphase stehen.

Gerade für Tourismusorganisationen und Leistungsträger stellt sich jedoch die Frage, wie einerseits die Aktivitäten auf diesen Plattformen beobachtet werden können und wie andererseits eine aktive Teilnahme auf Social Media Plattformen realisiert werden soll.

## Zielsetzungen

Die Teilnehmer/innen sollen am Ende des Seminars

- die grundlegenden Eigenschaften von Social Media verstehen,
- Kenntnis haben, wie Social Media im Marketing zweckmässig eingesetzt werden kann,
- Instrumente für ein effektives Monitoring von Social Media kennen.

## Zielpublikum

Entscheidungsträger aus Tourismusorganisationen  
(Direktoren, Marketing-Leiter, Onlinemarketing-Leiter)

---

## Tagesablauf

Teil 1 Einführung/ Grundlagen	Was ist Social Media Marketing? Wie sieht das Verhalten der Nutzer aus? Was sind die Erfolgsfaktoren?	Simon Künzler	30'
Teil 2 Social Media Marketing Fallbeispiele	Fallbeispiel Coca Cola Schweiz Tourismus: Erste Erkenntnisse aus Kampagnen und Experimenten Fallbeispiel einer Destination in Kanada Fallbeispiel einer Destination im Alpenraum	Simon Künzler Thomas Winkler Andreas Liebrich Michael Fux	75'
Kaffeepause (30')			
Teil 3 Benchmark der Teilnehmer	Bestandsaufnahme der teilnehmenden Destinationen (Was haben die Teilnehmer für Aktivitäten im Social Media Marketing?)	Michael Fux / Roland Schegg	15'
Teil 4 Diskussion	Was sind die Erfahrungen der Teilnehmer? Welche Massnahmen sind zukünftig geplant? Was sind Fragen zur Umsetzung?	Diskussionsleitung: Andreas Liebrich	30'
Mittagspause (75')			
Teil 5 Social Media Monitoring Fallbeispiele	Monitoring von Social Media am Beispiel von Best Western durch Netbreeze Monitoring von Social Media am Beispiel von Wallis Tourismus durch Trustyog	Roland Schegg / François Rüb Michael Menzel / Vincent Bornet	60'
Teil 6 Diskussion	Was sind Anforderungen an das Monitoring? Was sind Erfahrungen beim Monitoring? Was sind Nutzenpotenziale?	Diskussionsleitung: Michael Fux	45'
Teil 7 Lessons Learned	Was sind die Erkenntnisse des Workshops? Was sind die nächsten Schritte im Social Media Marketing bzw. Monitoring?		15'

Networking Drink