



5 Fehler, die Ihren Social-Media-Erfolg verhindern

Die 5 größten Fehler, die verhindern, dass Sie in den Social Media neue Gäste gewinnen und bei Stammgästen in lebendiger Erinnerung bleiben...

*... und wie Sie dieses Ziel doch erreichen.*

*In diesem Report zeige ich Ihnen die fünf größten Fehler, die Hoteliers machen, wenn Sie über Social Media neue Gäste gewinnen und mit Ihren Stammgästen in Kontakt bleiben wollen. Denn genau diese Fehler hindern Sie daran, den gewünschten Erfolg zu erreichen.*

Guten Tag,

ich bin Martina Schäfer und seit ich denken kann, habe ich ein großes Faible fürs Reisen. So groß, dass ich schon als Texterin einen Schwerpunkt Reiseworte hatte. Und so groß, dass ich 2016 meinen Reiseblog „[Places and Pleasure](#)“ gestartet habe.

Mit Kommunikation im Tourismus unterstütze ich nun Hoteliers rund um die Social Media und mit Text und PR. Denn mein Herzensanliegen ist es, dass Sie in anderen genau solch eine Begeisterung wecken, wie ich sie selbst beim Thema Reisen immer wieder spüre. Ich will Ihnen helfen, Neugier auf Ihre Region und Ihr Haus zu wecken. Und ich will Sie dabei unterstützen, die Erinnerung an einen Aufenthalt bei Ihnen lange in lebendiger Erinnerung zu halten – damit die Lust auf ein Wiederkommen immer größer wird.

Wo sollte all das besser gehen, als in den verschiedenen Social Media? Nicht machen sollten Sie dabei allerdings die fünf größten Fehler, die verhindern, dass Sie Gäste in den Social Media gewinnen und bei Ihren Stammgästen in lebendiger Erinnerung bleiben. Doch lesen Sie selbst. Und dann lassen Sie uns miteinander sprechen. Ich freue mich auf Sie.

Ihre

*Martina Schäfer*

### 1) SIE POSTEN AUSSCHLIEßLICH INHALTE ÜBER IHR HOTEL

Was posten Sie über Ihre Social-Media-Kanäle? Bilder vom Haus, von den Außenanlagen und den Zimmern? Vielleicht auch Fotos von den appetitlich angerichteten Gängen Ihres abendlichen Menüs oder vom Frühstücksbuffet? Und alles im Textbereich garniert mit einer kurzen Beschreibung des Bildes? Das Ganze ergänzen Sie dann hin und wieder um Ihre kommenden Aktionen?

Eigenwerbung ist gut. Und natürlich sollen Sie auch Ihr Hotel mit all seinen Vorzügen präsentieren. Schließlich sollen neue Gäste genau das kennenlernen und diejenigen, die schon einmal bei Ihnen waren, sollen sich immer wieder daran erinnern. Doch egal ob auf Facebook, Instagram oder Pinterest – zu viel Werbung schreckt Menschen ab. Das Ergebnis: Sie folgen weder Ihrem Kanal, noch werden sie irgendwie aktiv. Likes, Kommentare, Herzen oder gar ein Teilen oder Repins bleiben Mangelware.

Machen Sie es besser und nutzen Sie die Chancen, die sich gerade im Tourismus bieten. Zeigen Sie auch Ihre Umgebung. Geben Sie Tipps für Ausflüge und Touren, für wichtige Ereignisse in der Region. Lassen Sie Ihre aktuellen Gäste zu Wort kommen (natürlich nur, wenn diese das wollen). Präsentieren Sie sich und erzählen Sie Geschichten rund um Ihr Haus. Denn mit Persönlichkeit und interessanten Serviceinfos punkten Sie bei Gästen – und solchen, die es werden sollen.

### 2) SIE POSTEN ZU SELTEN – ODER ZU OFT

Wie oft posten Sie? Immer, wenn es Ihnen gerade einfällt? Zweimal pro Woche? Mehrmals täglich?

Natürlich gibt es keine allgemeingültige Regel, wie oft Sie Ihre Posts in den verschiedenen Kanälen veröffentlichen sollten. Dies ist individuell durchaus unterschiedlich. Wichtig ist aber, ein gutes Maß zu finden. Denn bei allzu häufigen Posts nerven Sie Ihre Fans und Follower. Wenn Sie Glück haben, ignorieren diese Ihre Posts dann nur. Haben Sie Pech, greifen diese zu drastischeren Maßnahmen und entfolgen. Zu seltene Posts sind aber auch keine Lösung. Denn dann bauen Sie keine Beziehung zu Ihren Fans und Followern auf.

Tasten Sie sich an ein optimales Maß für Ihre Posts heran. Probieren Sie aus und sammeln Sie Erfahrungswerte. Nach einer Weile werden Sie erkennen, wie oft Sie posten sollten, um sowohl eine ansprechende Reichweite als auch Resonanz in den Kommentaren zu bekommen. Variieren Sie aber ruhig ein wenig. Schließlich gibt es immer mal wieder Neuigkeiten, die Sie sofort berichten wollen – und auch sollten – egal ob dies dann der eine Post mehr am Tag ist. Immerhin wollen auch Ihre Fans solche interessanten Informationen sofort wissen.

### 3) SIE VERNACHLÄSSIGEN DEN AUSTAUSCH

Sie posten regelmäßig Interessantes aus Ihrem Haus und der Region – aber wie sieht es mit Ihrer Reaktion auf Kommentare aus? Liken Sie diese? Antworten Sie so schnell wie möglich, aber in

jedem Fall innerhalb eines Tages? Oder schauen Sie nicht weiter auf die Kommentare und entdecken irgendwann per Zufall, wenn potenzielle oder ehemalige Gäste dort geschrieben haben?

Eines ist klar: Das Tagesgeschäft lässt meist keine Zeit, ständig auf die Social Media zu schauen. Trotzdem sollten Sie regelmäßig einen Blick auf Ihre Kanäle werfen. Schließlich leben Facebook & Co. vom Austausch. Das heißt, profitieren werden Sie von den Social Media, wenn Sie sich auf den Dialog mit Ihren Fans und Followern einlassen und diesen pflegen. Denn genau dadurch wecken Sie die Aufmerksamkeit bei neuen Gästen und halten sie bei ehemaligen in lebendiger Erinnerung.

Übrigens: Auch wenn die Gefahr eines Shitstorms längst nicht so groß ist, wie vielfach vermutet, sollten Sie schon zur eigenen Sicherheit regelmäßig in die Kommentare hereinschauen. So können Sie Kritikern „den Wind aus den Segeln nehmen“, bevor es zum Sturm kommt. Am besten legen Sie dafür feste Zeiten fest. Je nachdem wann und wie oft Sie posten, ist der kurze Überblick zwei- bis dreimal pro Tag empfehlenswert.

#### 4) IHRE TEXTE ERREICHEN DIE (POTENZIELLEN) GÄSTE NICHT

Sie ergänzen Ihre Bilder kurz und knapp um eine bloße Beschreibung? In sachlichen Worten schildern Sie zum Beispiel Ihren letzten Ausflug mit den Gästen?


Vielen fällt es schwer, lebendige Texte zu schreiben. Schließlich haben wir schon in der Schule gelernt, möglichst sachlich und korrekt zu schreiben. Umgangssprache hatte da keinen Platz. Und so klingen dann auch die Texte: trocken und ohne jegliche Emotion. Wenn Sie diese laut vorlesen würden, fallen Sie schnell in ein gleichförmiges Leiern. Ein klassisches Zeichen für gestelzte Sprache. Versuchen Sie es einfach mal.

Schreiben Sie in den Social Media auch so, wie Sie sprechen. So bringen Sie Emotionen in Ihre Texte. Alles klingt lebendiger und spricht die Fans und Follower viel mehr an. Nutzen Sie dazu ruhig Umgangssprache. Zeigen Sie Ihre Begeisterung oder Erstaunen tatsächlich durch Ausrufe. Und stellen Sie Fragen. So kommen Sie mit der Zeit ins Gespräch mit Ihren Followern und Fans.

#### 5) SIE VERZICHTEN AUF DIE VERNETZUNG

Sie posten zwar regelmäßig auf Ihren Kanälen, was andere dort verbreiten, geht jedoch an Ihnen vorbei. Denn Sie selbst folgen so gut wie niemandem in den Social Media – weder aus Ihrer Region, noch Menschen, die sich mit Ihnen vernetzen. Oder Sie folgen zwar ausgewählten Kanälen, liken, kommentieren und teilen aber nicht.

Wenn Sie in den Social Media nur „senden“, verlieren andere Menschen auch schnell die Lust, bei Ihnen in irgendeiner Form zu reagieren. Schließlich leben die meisten Kanäle von einem Austausch. Das gilt übrigens auch für Businessseiten zum Beispiel von Anbietern aus Ihrer Region, die interessante Informationen für Ihre Gäste bieten. Denn auch hinter diesen Plattformen stecken Menschen, die sich über Aktionen wie Likes, Kommentare oder ein Teilen freuen.



Nutzen Sie die Chancen, die Ihnen eine gute Vernetzung mit anderen bietet. Folgen Sie interessanten Seiten oder Profilen. Liken und teilen Sie, wo es passt. Natürlich bedeutet das nicht, jedem zurückzufolgen oder blindlings Ihr Like zu verteilen. Der jeweilige Kanal sollte Ihnen schon gefallen oder spannende Informationen liefern. Denn dann kann sich ein wertvoller Austausch ergeben, der vielleicht zu einer Empfehlung oder Kooperation führt. Oder aber Sie finden dort Neuigkeiten, die wiederum für Ihre Fans und Follower einen tollen Mehrwert bieten, wenn Sie sie teilen.

### WAS SIE AUßERDEM UNBEDINGT BEDENKEN MÜSSEN

- Lassen Sie sich nicht von den reinen Zahlen blenden. Die bloße Zahl Ihrer Fans und Follower sagt nichts darüber aus, wie viele Menschen Sie wirklich erreichen. Gerade in der aktuellen Diskussion um Influencer wird dies sehr schön deutlich. Denn hier geht es durchaus auch darum, wie diese an ihre hohen Followerzahlen kommen. Sehr häufig wurden nämlich Fans gekauft. Da diese sich jedoch fast nie wirklich für die Inhalte – egal ob Foto, Video oder Text – des jeweiligen Influencers interessieren, verpuffen die Aktivitäten recht wirkungslos und senden nur ein beeindruckendes Bild nach außen.

Damit Sie neue Gäste über die Social Media gewinnen und bei Ihren Stammgästen in lebendiger Erinnerung bleiben, müssen Sie diese jedoch wirklich erreichen. Das heißt, Sie müssen möglichst oft in deren Timeline sichtbar werden – und im Idealfall eine Interaktion auslösen. Dies ist aber vollkommen unabhängig von der Gesamtzahl Ihrer Fans und Follower. Stattdessen kommt es für Sie darauf an, die „richtigen“ – nämlich die wirklich interessierten – Personen in Ihrer Gefolgschaft zu haben.

- Erfolg braucht Zeit. Wie überall gilt das auch in den Social Media. Bis Sie die ersten Gäste über Ihre Aktivitäten auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen erreichen und gewinnen, wird einiges an Zeit vergehen. Wie lange es letztendlich dauert, lässt sich vorher schwer abschätzen. Dafür spielen zu viele Dinge mit hinein: die Zeit, die Sie dort investieren wollen und können, Ihr bereits vorhandenes Netzwerk, dessen Bereitschaft, Sie zu unterstützen ...

Was sich aber sicher sagen lässt: Wenn Sie bereit sind, sich in den Social Media zu engagieren, werden Sie den gewünschten Erfolg erzielen. Bleiben Sie dran! Posten, liken und kommentieren Sie. Und wenn Sie keine Zeit für regelmäßige Aktivitäten haben oder die Social Media so gar nicht Ihre Welt sind, dann holen Sie sich Unterstützung – entweder im eigenen Haus oder Sie beauftragen eine externe Fachkraft.

Sprechen Sie mich gerne an. Ich unterstütze Sie mit Rat und Tat bei Ihren Social-Media-Aktivitäten: auf Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter und YouTube. Sie erreichen mich via E-Mail [info@martina-schaefer.de](mailto:info@martina-schaefer.de) oder telefonisch unter **+49 30 31951208**.

## IMPRESSUM



Martina Schäfer  
Kommunikation im Tourismus  
Zimmerstr. 26/27  
10969 Berlin

**Mail** [info@martina-schaefer.de](mailto:info@martina-schaefer.de)

**Tel.** +49 30 31951208

**Fax** +49 30 7001433569

**Web** [www.martina-schaefer.de](http://www.martina-schaefer.de)

USt-ID: DE247913937