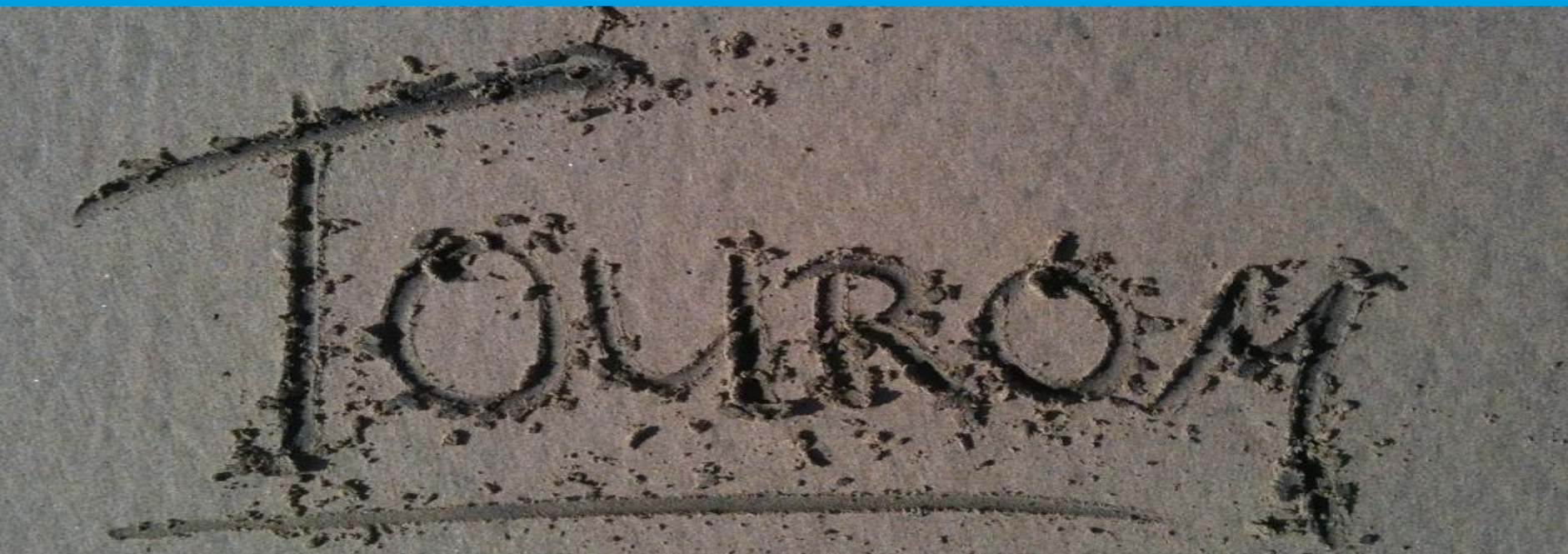




Michael Faber
Touristik Consulting

Social Media bei Reisebüros

Voruntersuchung zur TOUROM-Studie 2011:
Social Media in der Reisebranche





- 1. Einleitung**
- 2. Facebook**
- 3. Twitter**
- 4. Youtube**
- 5. Website**
- 6. Management Summary**
- 7. Die TOUROM-Studie 2011**
- 8. Über uns**

Die Voruntersuchung der TOUROM-Studie hat 136 Reisebüros auf den Einsatz von Social Media untersucht.



1. Einleitung

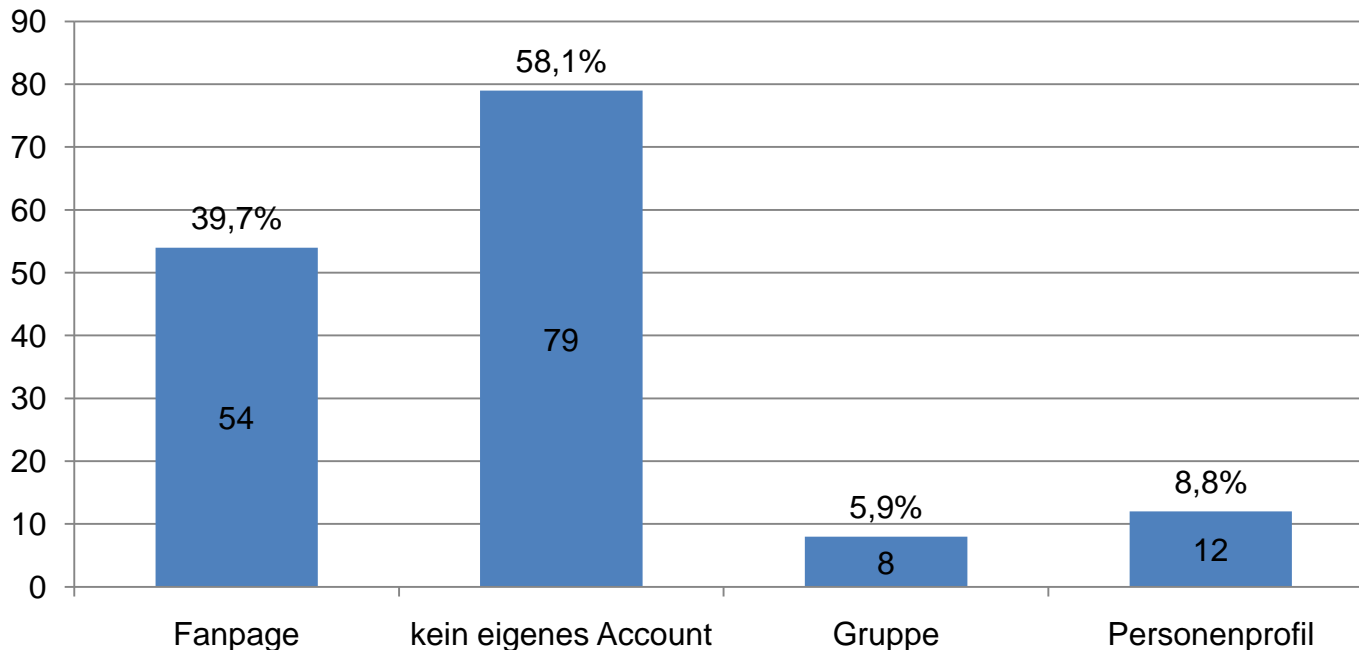
- Derzeit existiert keine umfassende Datenerhebung über die bisherige Anwendung und aktuelle und zukünftige Bedeutung von Social Media im Marketing-Mix der Reisebranche
- Die im Rahmen der Master-Thesis von Michael Faber an der Fachhochschule Worms erstellte Studie soll das gravierende Informationsdefizit beseitigen
- Die Studie besteht aus einer großangelegten Online-Befragung von mehreren tausend Branchenteilnehmern. Dies führt zu einer hohen Akzeptanz und Aufmerksamkeit dieses Themas, wovon die Branchenteilnehmer durch Aufbau von Wissen und Interesse profitieren
- Im Vorhinein der Online-Befragung wurden 136 Reisebüros aus Deutschland manuell auf bestimmte Kriterien untersucht (z.B. Website, Präsenz & Aktivität auf Facebook, Twitter und Youtube)
- Die Ergebnisse erhalten Sie mit dieser Präsentation

Nur 41,2% haben ein Unternehmensprofil auf Facebook. Davon sind es 54 Fanpages.



3. Facebook | Profilart

- 41,2% aller untersuchten Reisemittler (56 von 136) sind auf Facebook mit einem eigenen Account mit einer Unternehmensidentität aktiv
 - 39,7% (54) haben eine **eigene Fanpage** als Unternehmensseite
 - 58,1% (79) haben kein Unternehmensprofil (weder Fanpage, Personenprofil noch Gruppe)
 - 5,9% (8) verwenden eine **Gruppe** als Unternehmensseite
 - 8,8% (12) nutzen ein **Personenprofil** als Unternehmensseite



25 der 54 Reisemittler mit einer Fanpage verlinken von Ihrer Website dorthin.



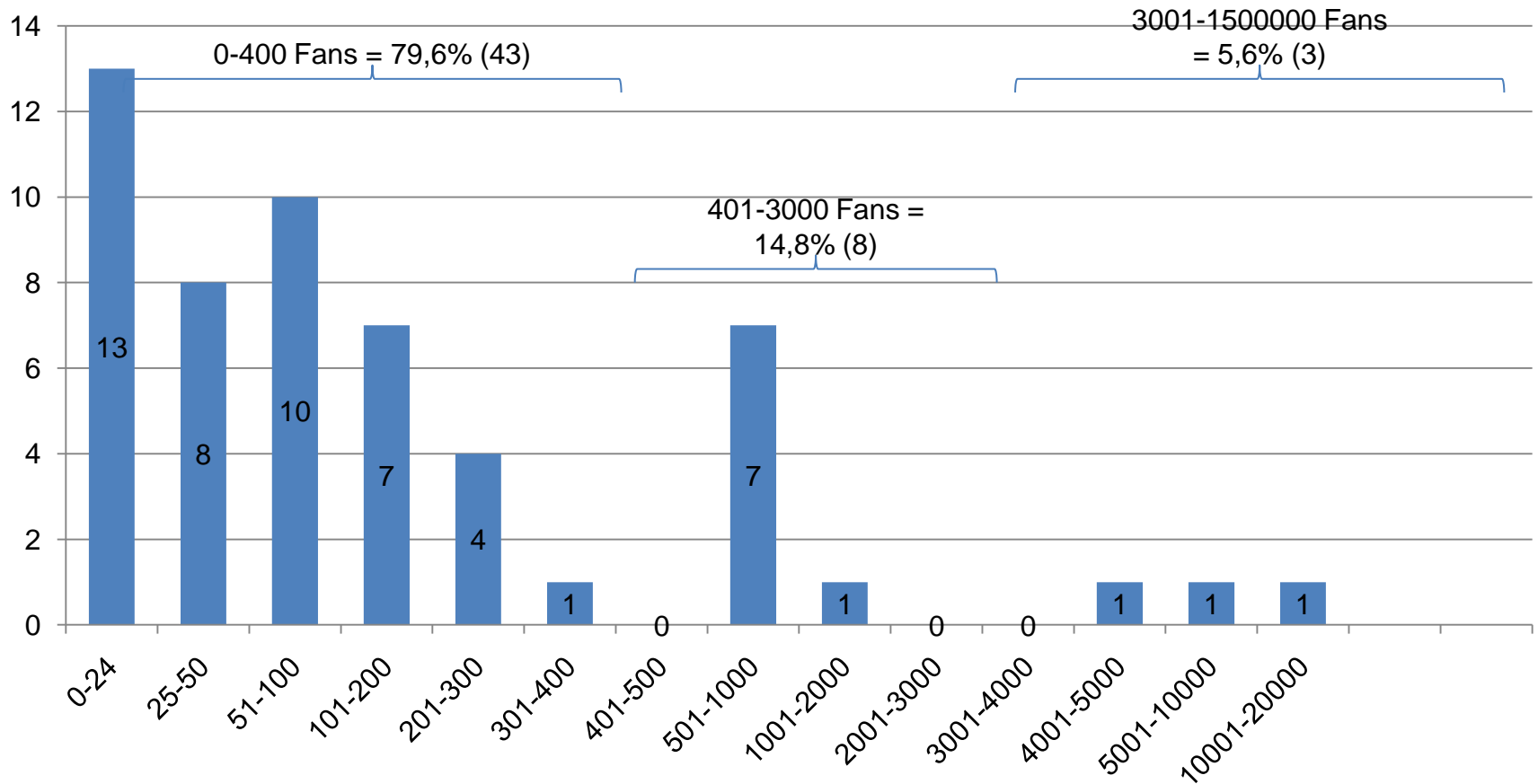
3. Facebook | Fanpages

- 42,6% (23 von 54 mit Fanpage) haben Ihrer Fanpage eine **Vanity-URL** (=Kurz-URL: facebook.com/Reisebüroname) gegeben
- **643 Fans/“Gefällt mir“s** haben die Fanpages im Durchschnitt (Vgl. Verteilung S. 6)
- 37,0% (20) der **Profilbilder** sind in Bezug auf Größe & Relation des Miniaturbild optimiert
- 98,1% (53) der Fanpages enthalten einen **Link** zur eigenen Website
- 77,8% (42) der Reisebüros haben bereits 5 Beiträge gepostet
- Diese **5 letzten Beiträge** liegen im Schnitt 38 Tage zurück (Vgl. Verteilung S.7)

Fast 80% der Reisebüros haben noch wenige Fans. Nur 5,6% haben über 3000 Fans.



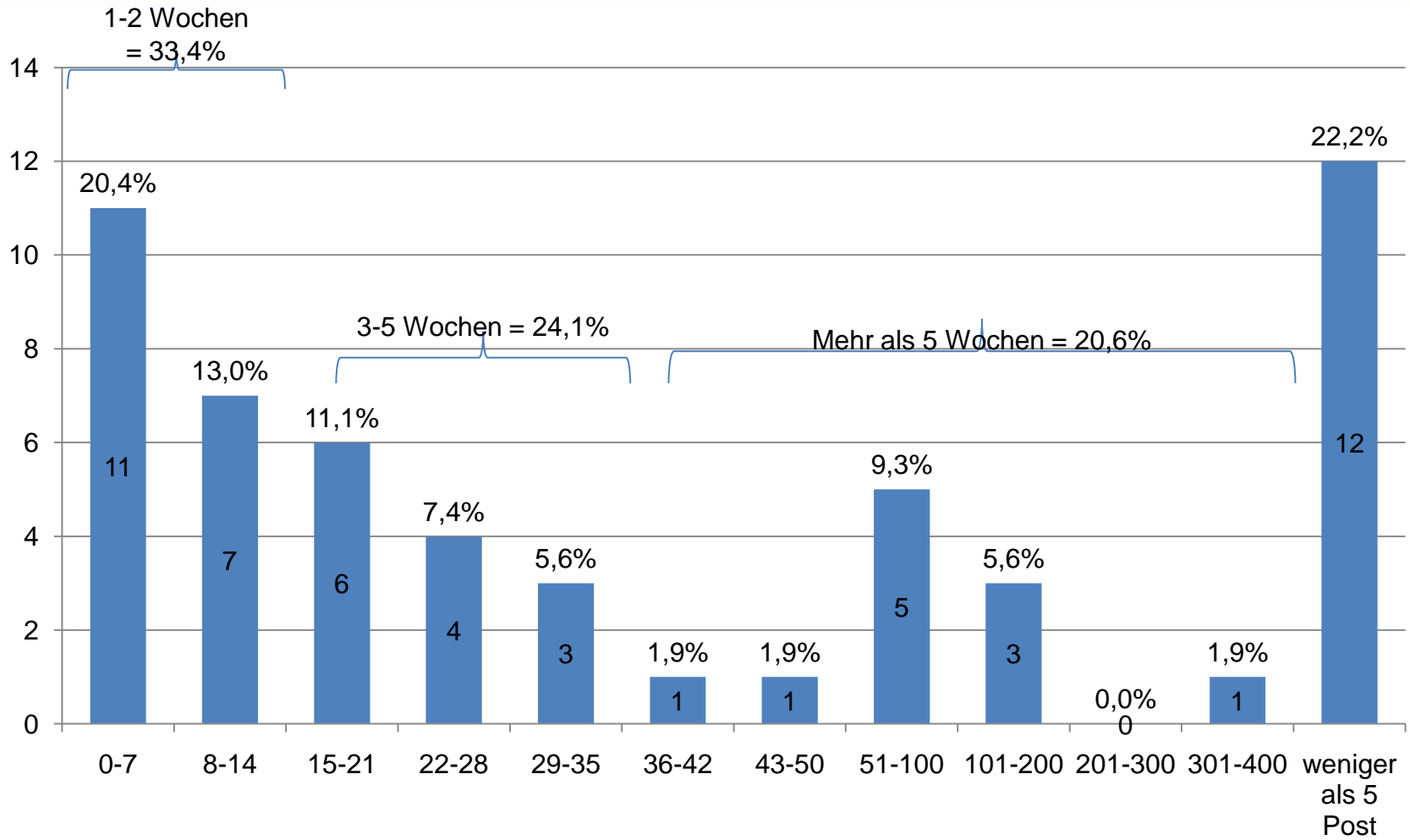
3. Facebook | Fanverteilung



22,2% der Fanpages haben weniger als 5 Beiträge. 33,4% haben 5 Postings in den letzten 14 Tagen.



3. Facebook | Dauer in Tagen seit der letzten 5 Beiträge auf der eigenen Fanpage



25 der 54 Reisemittler mit einer Fanpage verlinken von Ihrer Website dorthin.



3. Facebook | Nutzung von Apps

- 14,8% (8 von 54) nutzen **bestehende Apps** und binden diese in ihre Fanpage ein
- Dies sind vor allem Apps für die Einbindung von YouTube, Twitter und Umfragen oder zur Veranstaltung von Wettbewerben
- 27,8%% (15) haben eine eigene Seite-Tab mit **FBML** programmiert (z.B. Welcome-Tab)
- 16,7% (9) haben in der letzten Zeit ein **Gewinnspiel** auf Facebook veranstaltet

Einen Twitter-Account besitzen 13,2% aller untersuchten Reisebüros.



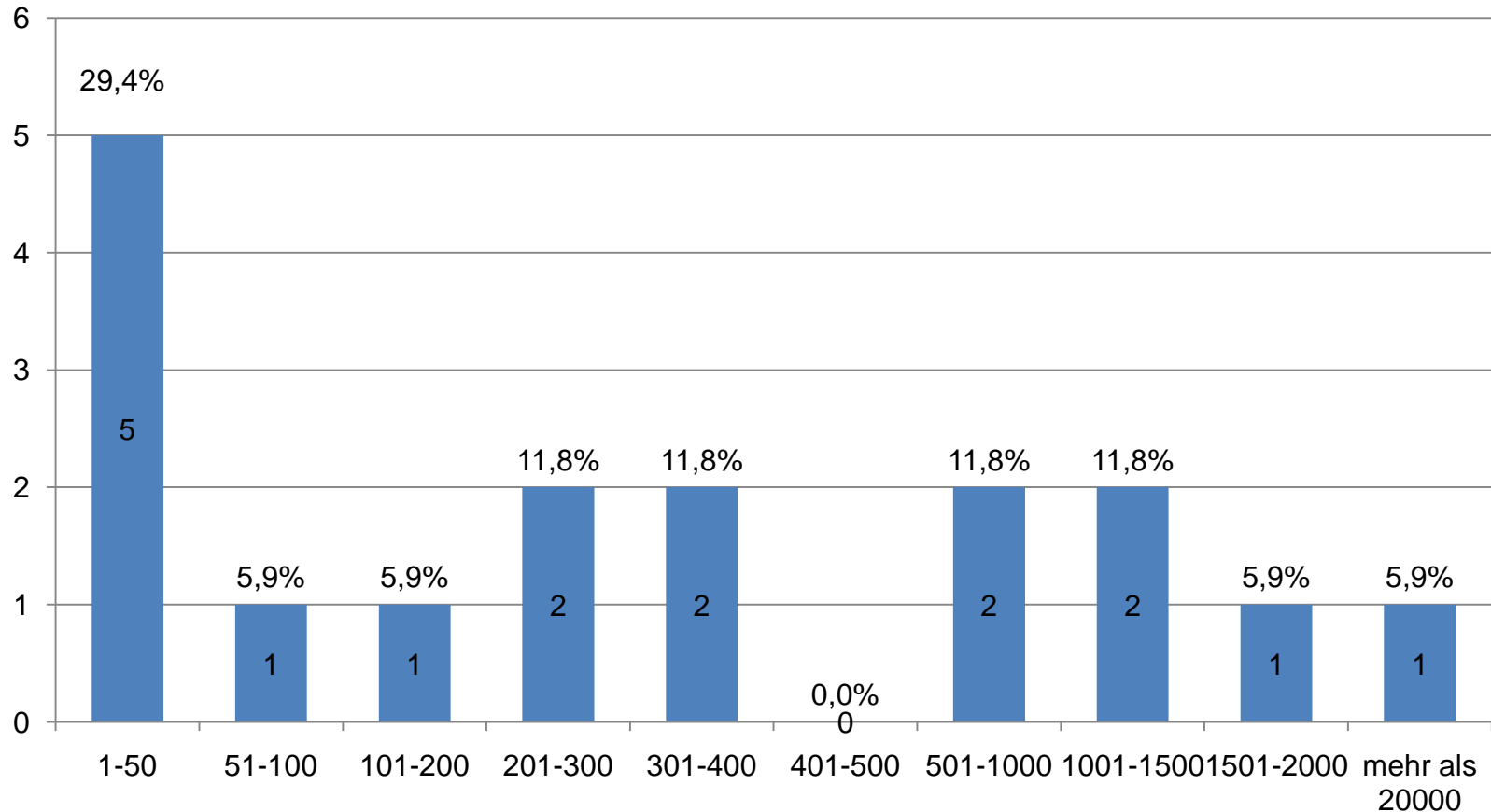
4. Twitter | Übersicht

- 13,2% (18) der 136 Reisebüros haben einen Twitter-Account
- Die untersuchten Reisebüros haben im Schnitt **497** Follower
- Die Reisebüros folgen im Schnitt 298 Twitter-Usern
- Die durchschnittliche Anzahl der gesendeten Tweets beträgt 690
- 100% (18) der Reisebüros haben mindestens einen Beitrag getwittert.
94,4% (17) haben bereits mindestens 5 Tweets gepostet
- Der letzte Tweet war durchschnittlich vor 66 Tagen.
Die **5 letzten Tweets** liegen im Schnitt 89 Tage zurück.

35,3% der Reisebüros haben weniger als 100 Follower.
Nur 23,6% haben mehr als 1000 Follower.



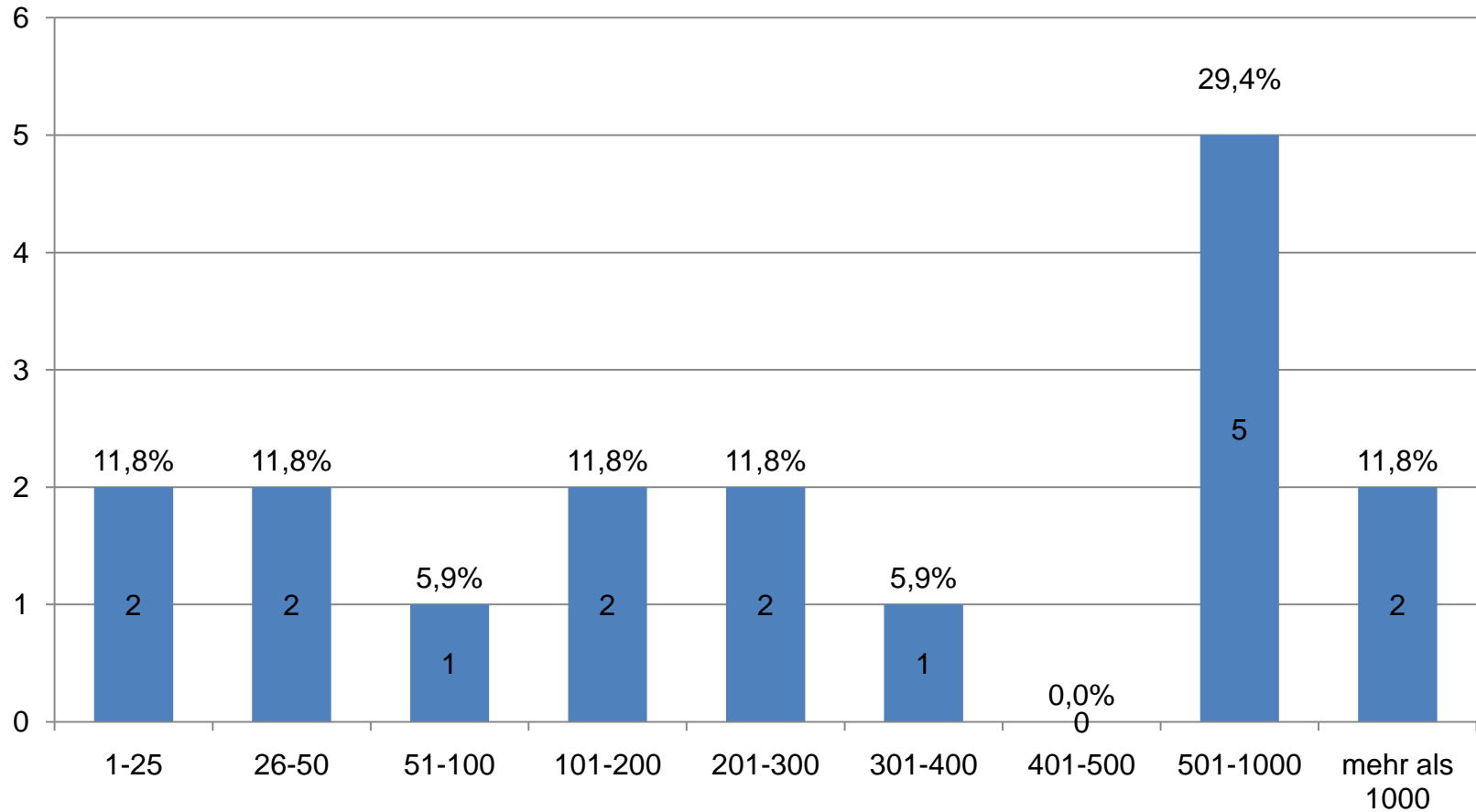
4. Twitter | Anzahl der Follower



29,5% der Reisebüros haben weniger als 100 Tweets gesendet. Immerhin 11,8% mehr als 1000 Tweets.



4. Twitter | Anzahl der Tweets



9,6% aller untersuchten Reisebüros haben einen eigenen Youtube-Kanal.



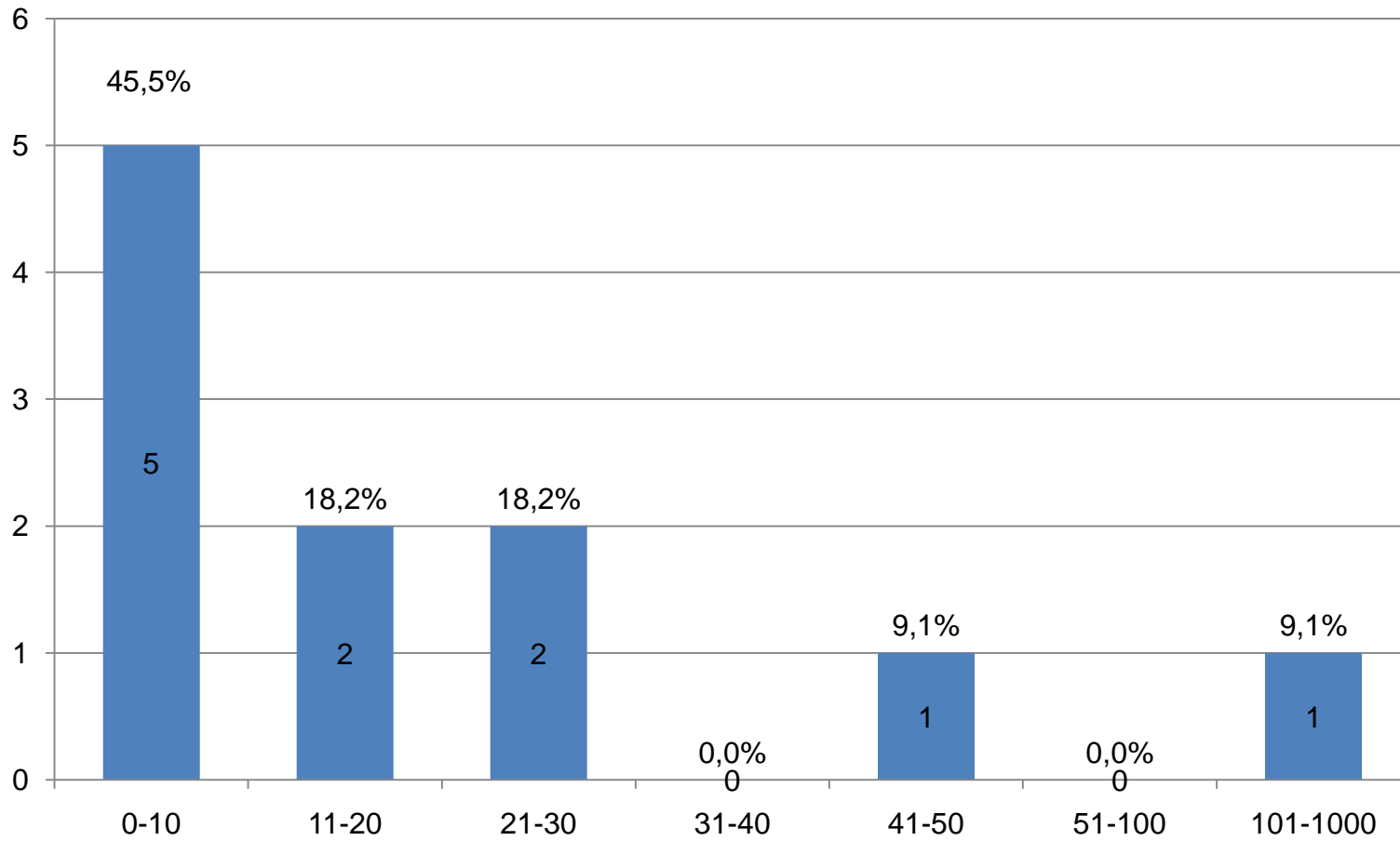
5. Youtube | Übersicht

- 18,4% der Reisebüros (25 von 136) finden Erwähnung in einem Youtube Video
- 9,6% (13) der untersuchten Reisebüros verfügen über einen eigenen Youtube-Kanal mit:
 - ø 95 Videos
 - ø 3.948 Kanalaufrufe
 - ø 22.548 Upload Aufrufe
 - ø 9 Abonnenten

54,5% der Reisebüros haben mehr als 10 Videos auf ihrem eigenen Youtube-Kanal.



5. Youtube | Anzahl der Videos



14,7% aller untersuchten Reisemittler verfügen über Social Bookmark Dienste auf ihrer Website.



6. Website | Social Media Optimierung

- **Social Bookmarks:** 14,7% (20) der Reisemittler haben Social Bookmarks auf Ihrer Website zur Weiterempfehlung eingebunden
- **Facebook:**
 - 18,4% (25) haben einen Link zu Ihrer Fanpage eingebunden Facebook
 - 2,9% (4) haben eine Fan-/Likebox auf Ihrer Website implementiert
 - 5,1% (7) der Websites verfügen über Facebook Share Funktion
 - 5,1% (7) bieten einen Facebook Like Button auf der Website an
- **Twitter:**
 - 0,7% (1) haben einen „Tweet it“-Button eingebunden
 - 9,6% (13) der Reisebüros verweisen auf ihren Twitter-Account
- **Youtube:** 5,9% (15) verweisen auf ihren Youtube-Kanal
- **Flickr:** 0% (0) verweisen auf ihren Flickr-Kanal
- **RSS-Feed:** 2,9% (4) bieten einen RSS-Feed auf Ihrer Startseite
- **Blog:** 1,5% (2) verweisen auf ihren Blog
- 2,2% (3) verlinken zu **sonstigen Profilen** wie XING, checkmytrip oder Qype

Reisebüros haben großen Nachholbedarf in Sachen Social Media!



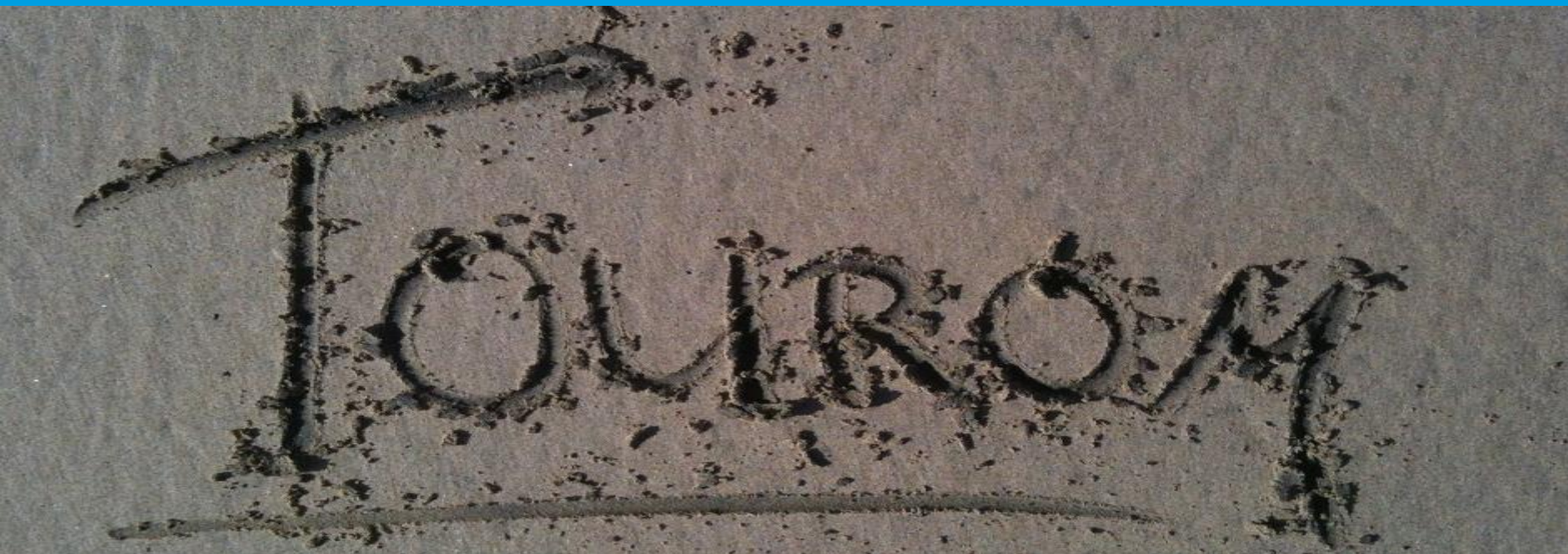
7. Management Summary

- **Facebook:** Nur 41,2% der Reisebüros sind bereits mit einer eigenen Seite und durchschnittlich 643 Fans auf Facebook vertreten. Viele haben noch Nachholbedarf, weil die Möglichkeiten nicht vollkommen ausgeschöpft werden. Viele Reisebüros nutzen den Kommunikationskanal noch unzureichend und so liegen die letzten 5 Beiträge im Schnitt mehr als 5 Wochen zurück. Die Wenigsten haben sich intensiver damit beschäftigt und so haben weniger als 30% eine eigene Seite auf Facebook programmiert. Die Reisemittler haben Nachholbedarf in Professionalität, Kreativität und Durchhaltevermögen!
- **Twitter:** Nur 13,2% der untersuchten Reisebüros verfügen über einen Twitter-Account mit durchschnittlich 497 Followern und durchschnittlich 690 Tweets. Twitter ist sogar noch weniger verbreitet als Facebook bei den Reisebüros. Hier gibt es ebenfalls großen Nachholbedarf in Reichweite und Frequenz.
- **Youtube:** Erst 3,6% der deutschen Reisebüros haben einen eigenen Youtube-Kanal eingerichtet. Andere User sind bereits schneller, denn immerhin 18,4% werden auf Youtube von Usern erwähnt. Das durchschnittliche Youtube-Reisebüro-Account fasst 95 Videos, 22.548 Aufrufe und 9 Abonnenten. Youtube wird erst von den wenigsten Reisebüros genutzt, obschon Videos eine gute Verkaufsunterstützung bieten können.
- **Website:** Die wenigsten Reisebüro-Websites sind sozial! Meist Verarbeitete Social Media Optimierung, ist die Einbindung eines Link zu seiner Fanpage (18,4%)
Nur 1,5% verweisen auf einen eigenen Blog, obschon auch ein Blog sehr gute Möglichkeiten zur Kundenbindung, Neukundengewinnung und generischen Suchmaschinenoptimierung bietet!



Michael Faber
Touristik Consulting

8. Die TOUROM-Studie 2011: Social Media in der Reisebranche *Steckbrief Online-Befragung*

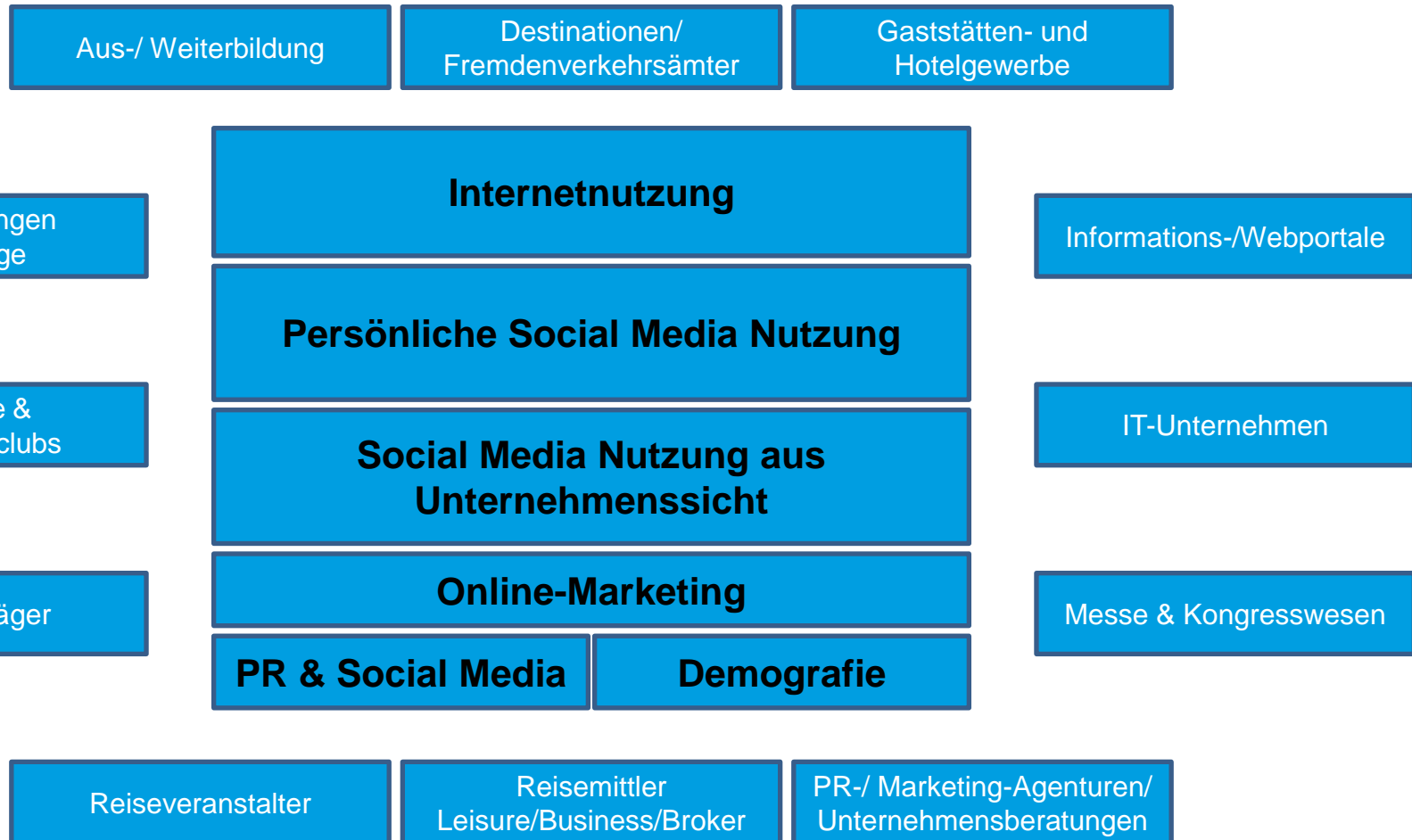


Juni 2011

Die TOUROM-Studie zielt auf alle Bereiche der Reisebranche, inklusive vor- und nachgelagerter Unternehmen.



Studieninhalte und Teilnehmer



Die Sponsoren



PLATIN-Sponsor



GOLD-Sponsoren



SILBER-Sponsoren





Michael Faber
Touristik Consulting

9. ÜBER UNS



- **Beratung Online-Marketing, Social Media, IT & Reisevertrieb**
- Kunden: Reisebüros, Reisebüro-Organisationen, Reiseveranstalter, Verbände, Airlines, Destinationen, Ferienparks, Hotels & Hotelketten
- Gesellschafter MyPassion-Tours – Gruppenreisen für Alleinreisende
- Gelernter Reiseverkehrskaufmann & Master of Arts cand. in Tourism and Travelmanagement
- Bisherige Stationen bei FIRST Reisebüro, Reisebüro Faber, FTI, BigXtra, Holiday & Co, Deutsches Reisebüro & TUI





Online-Marketing

Online-Marketing : Websites,
Suchmaschinenoptimierung,
Suchmaschinenmarketing,
Online-Werbung, Social Media
Marketing, Webcontrolling

Reisevertrieb & Marketing

Online:
Direkt & Indirekt
Offline:
B2B (z.B. KOOPS, Reisebüros, Handel),
B2C (z.B. Events, Direktmarketing)

IT

Projekte

Social Media Marketing

Social Media Analyse, Social Media Optimierung, Social Media Marketing, Social Media Monitoring
Kanalauswahl - Kanalaufbau - Kanalbetrieb
Beratung - Schulung - Konzeption - Betrieb/Support/Pflege

Wissens- Communities

Blogs,
Wikis,
Foren,
Bookmarking

Consumer- Communities

Reisecommunities,
Bewertungsportale,
Online-Reiseführer,
Shopping-Portale

File Sharing Communities

Video,
Foto,
Präsentationen,
Geo-Tagging

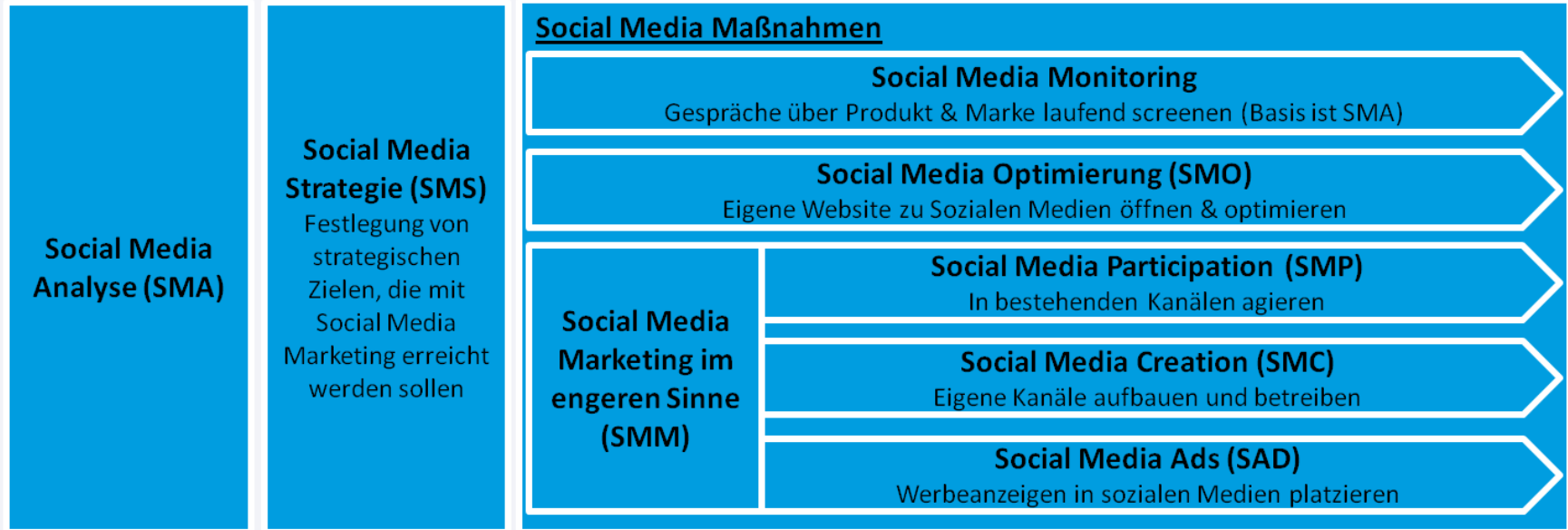
Social Networks

Facebook, XING,
VZ-Netzwerke,
Wer-kennt-wen,
Lokalisten, Twitter



Unser Ansatz in Social Media Marketing

Social Media Marketing



© 03/2011 Michael Faber, TouristikConsulting.de

Gefällt Ihnen?



KLICK

„facebook.com/TouristikConsulting“



Michael Faber Touristik Consulting

56288 Kastellaun | Johann-Sebastian-Bach-Straße 9

60322 Frankfurt | Wolfsgangstrasse 90

Mobil: 0171 / 57 34 007 | Telefon: 069 / 24 75 38 55

faber@touristikconsulting.de | www.TouristikConsulting.de



Copyright

Die in dieser Präsentation erarbeiteten Daten, Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum von Michael Faber Touristik Consulting und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen.

Die ganze oder teilweise Vervielfältigung und Verwertung sowie jede Weitergabe an Dritte sind ohne Genehmigung der Agentur nicht gestattet.

© Michael Faber Touristik Consulting 2011