



social media akademie
für reise und touristik

Blick über den Tellerrand

Lahntal Webinar-Reihe

Bad Soden-Salmünster, 14. März 2023

Das erwartet Sie



1

Austausch

Beantwortung Ihrer Fragen

Theorie

Welche Plattformen gibt es neben Facebook und Instagram noch und wie interessant sind sie für den Tourismus?



2



Welcome to the Jungle





social media akademie
für reise und touristik

Was sagt die Statistik?

JAN
2023

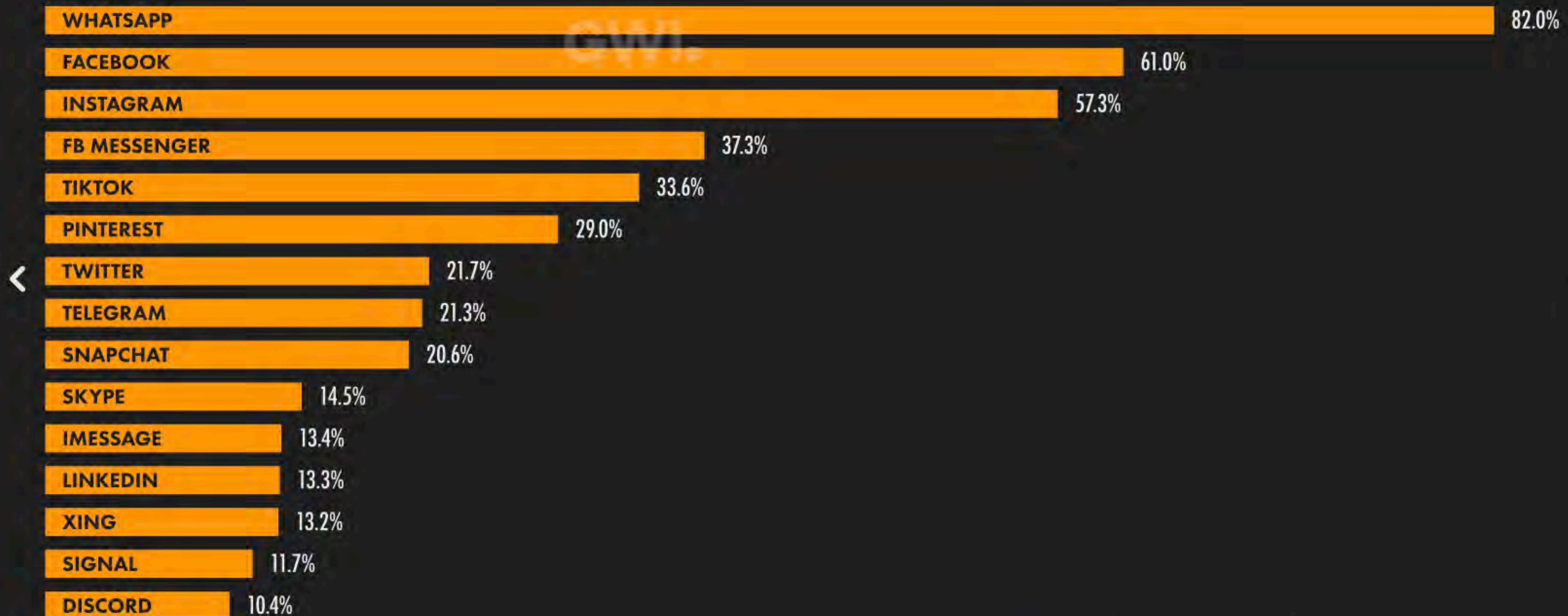
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING.



GERMANY



JAN
2023

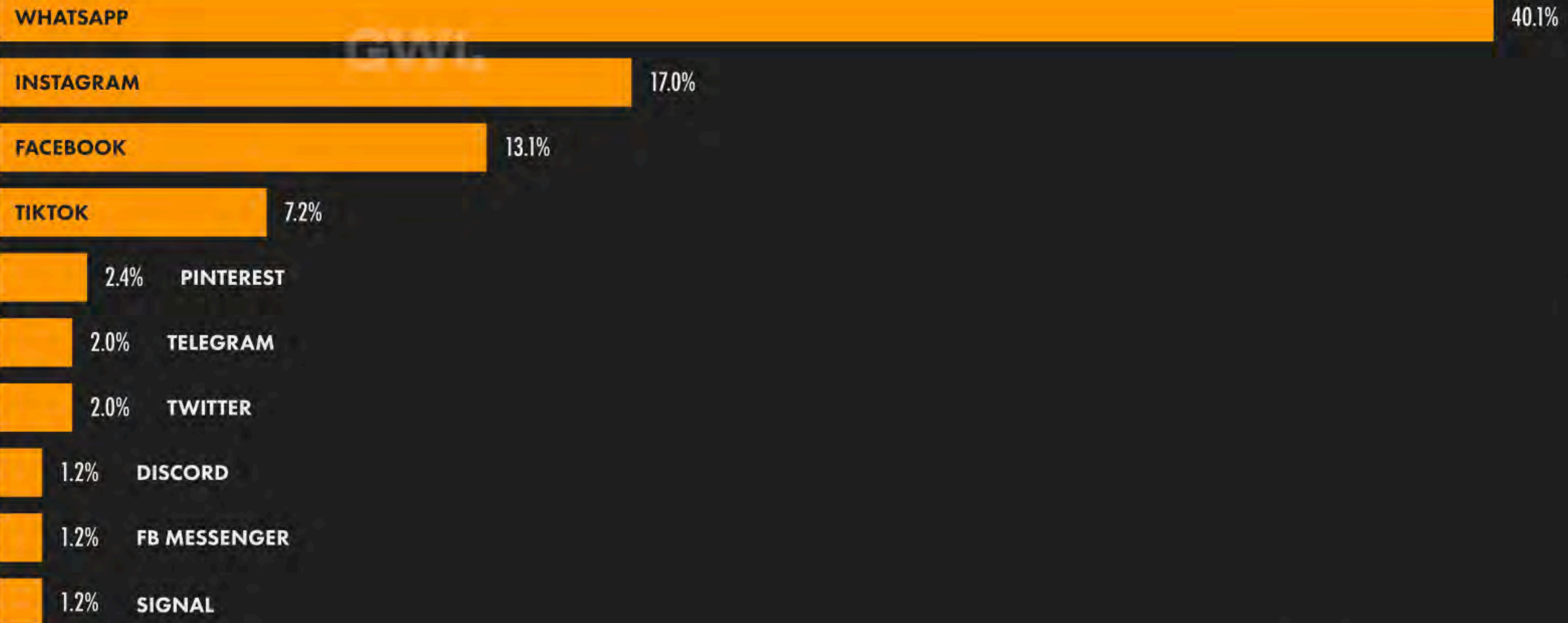
FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT EACH OPTION IS THEIR "FAVOURITE" SOCIAL MEDIA PLATFORM

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING.



GERMANY





social media akademie
für reise und touristik

TikTok



Unsere Mission

TikTok ist das Ziel Nummer eins für kurze Handyvideos. Unsere Mission besteht darin, Kreativität zu inspirieren und Freude zu bringen.

Unsere Mission besteht darin, das Leben der Menschen zu bereichern und zu inspirieren, indem wir ein Zuhause für die Kreativität unserer Nutzer*innen sind und ihnen eine authentische, freudvolle und positive Erfahrung bieten. TikTok hat weltweit Standorte, unter anderem in Los Angeles, New York, London, Paris, Berlin, Dubai, Mumbai, Singapur, Jakarta, Seoul und Tokio.

TikTok

TikTok ist ein chinesisches Videoportal für Lippensynchronisation und kurze Videos mit Musik. Im Jahr 2020 hat TikTok in Deutschland einen enormen Schub bekommen und zählt inzwischen zu den angesagten sozialen Netzwerken.

Am Anfang war TikTok vorrangig eine Plattform für die junge Zielgruppe „Gen Z“, veröffentlicht wurden hauptsächlich lustige Videos.

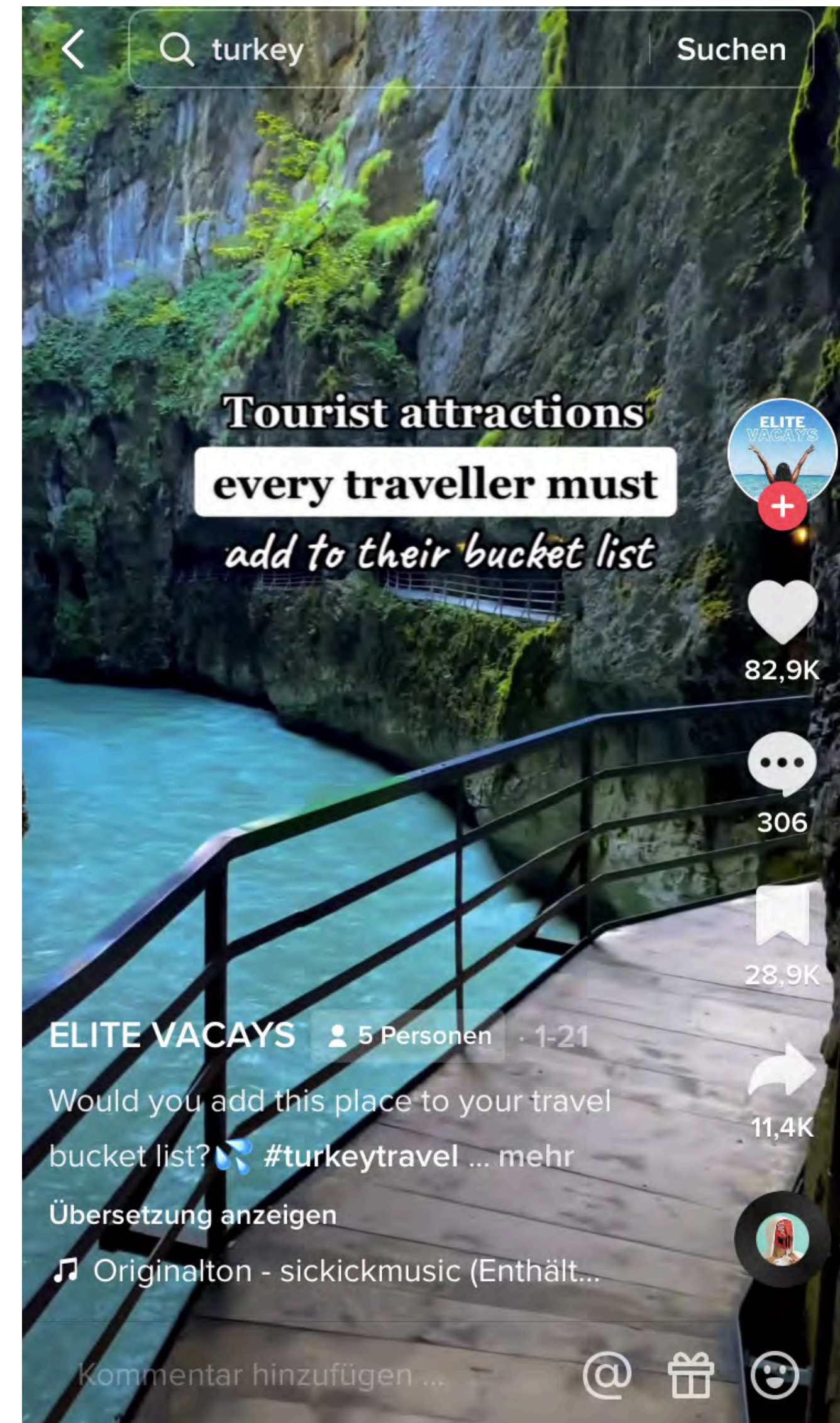


TikTok

Inzwischen hat sich die Plattform gewandelt und es gibt neben der Sparte „Lernen auf TikTok“ auch eine breite Sparte für das Tourismusmarketing.

Es finden sich immer mehr schöne Videos, die idyllische Landschaften und Hotspots von Urlaubsregionen zeigen. Ein populäres Beispiel ist der Account von Schweiz Tourismus @switzerlandtourism.

Geht es darum, nachhaltig die junge Zielgruppe zu erreichen, dann bietet TikTok ein gutes Netzwerk dafür. Gleichzeitig erfordert die Erstellung der Videos Zeit und sollte qualitativ hochwertig sein.



TikTok Statistik

33,6% aller deutschen Internetnutzer sind monatlich auf TikTok aktiv.



Wenn sich die Nutzer für ein Netzwerk entscheiden müssten, würden 7,2% TikTok wählen.

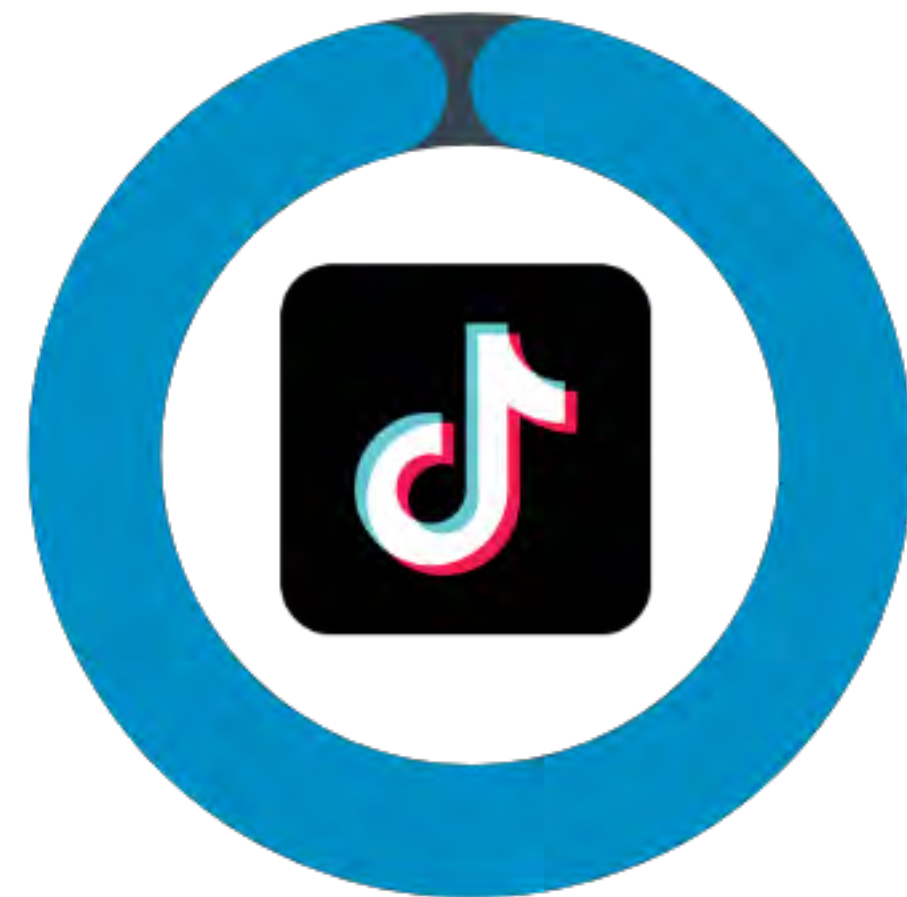


Zeit, die ein Nutzer durchschnittlich auf der jeweiligen App pro Monat verbringt



Youtube

10 Std. 48 Min.



TikTok

23 Std. 42 Min.



Facebook

10 Std. 36 Min.



Instagram

8 Std. 30Min.

JAN
2023

TIKTOK: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE AGED 18+ THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADS ON TIKTOK

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



POTENTIAL REACH OF ADS
ON TIKTOK (AGE 18+ ONLY)



20.65
MILLION

TIKTOK AD REACH AGE 18+
vs. TOTAL POPULATION



24.8%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN REPORTED TIKTOK AD REACH



+39.0%
+5.8 MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
REPORTED TIKTOK AD REACH



+21.5%
+3.7 MILLION

TIKTOK AD REACH AGE 18+
vs. TOTAL INTERNET USERS



26.6%

TIKTOK AD REACH AGE 18+
vs. POPULATION AGE 18+



29.7%

FEMALE TIKTOK AD REACH
vs. TOTAL TIKTOK AD REACH



51.0%

MALE TIKTOK AD REACH
vs. TOTAL TIKTOK AD REACH



49.0%

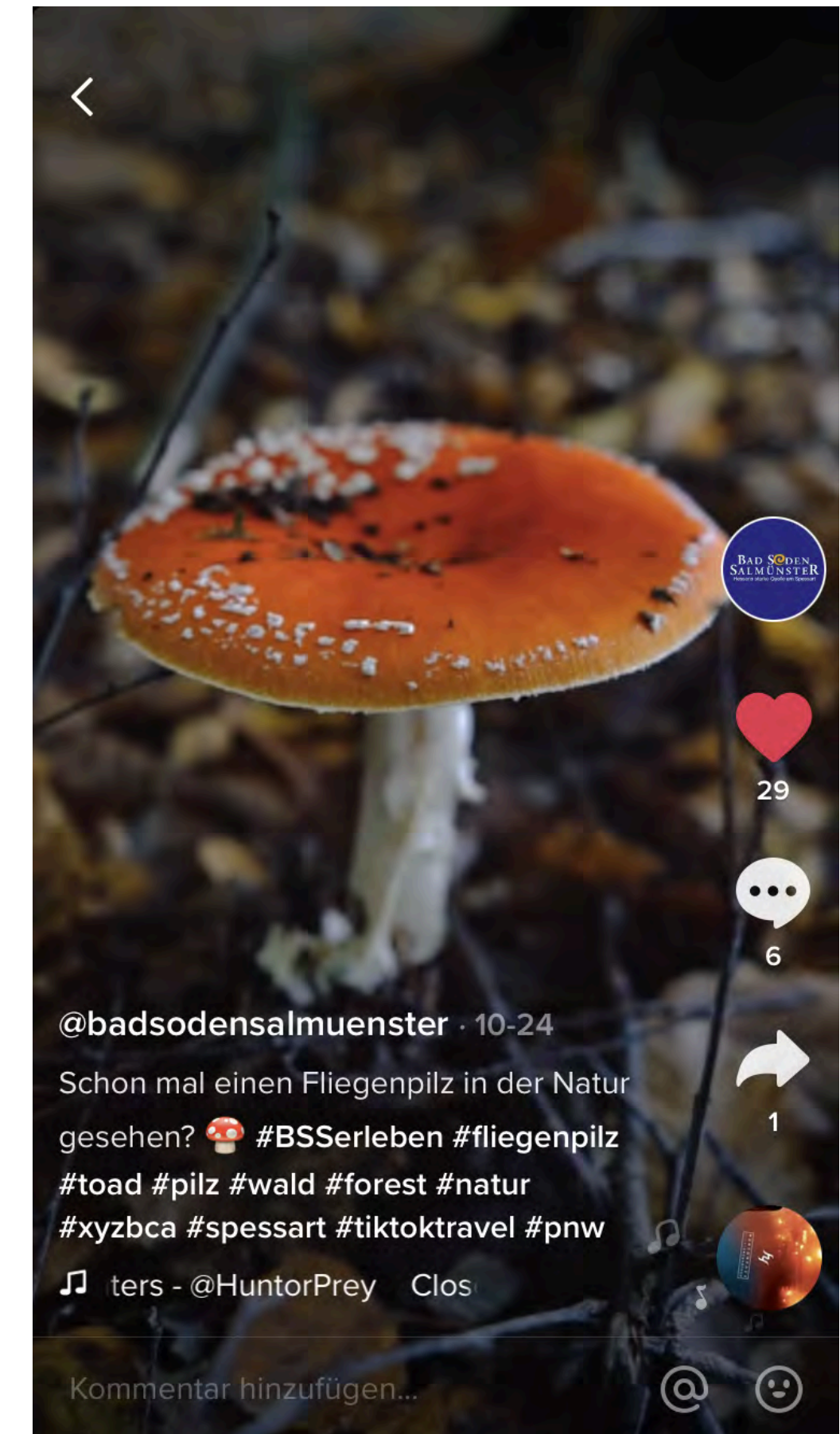
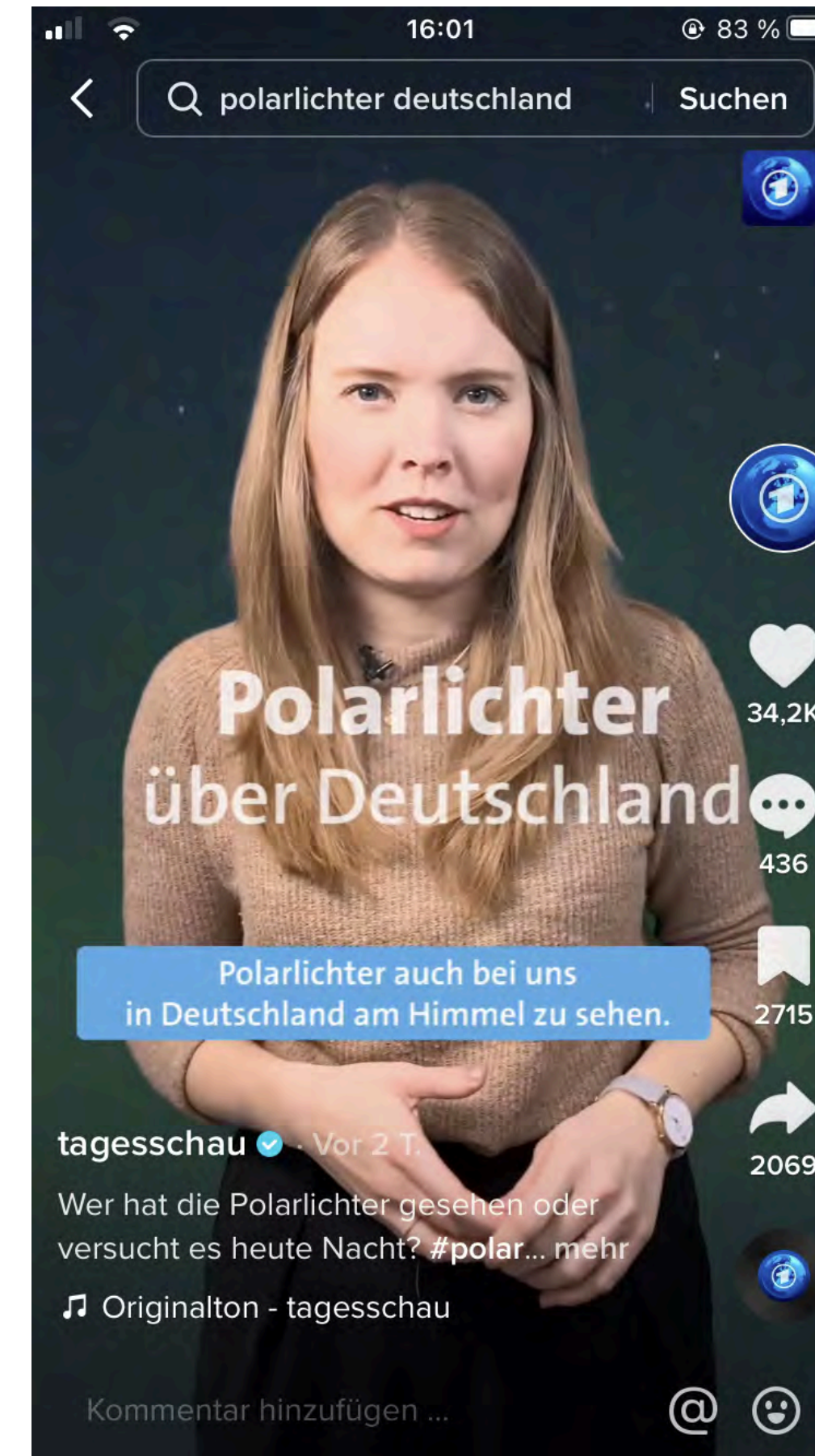
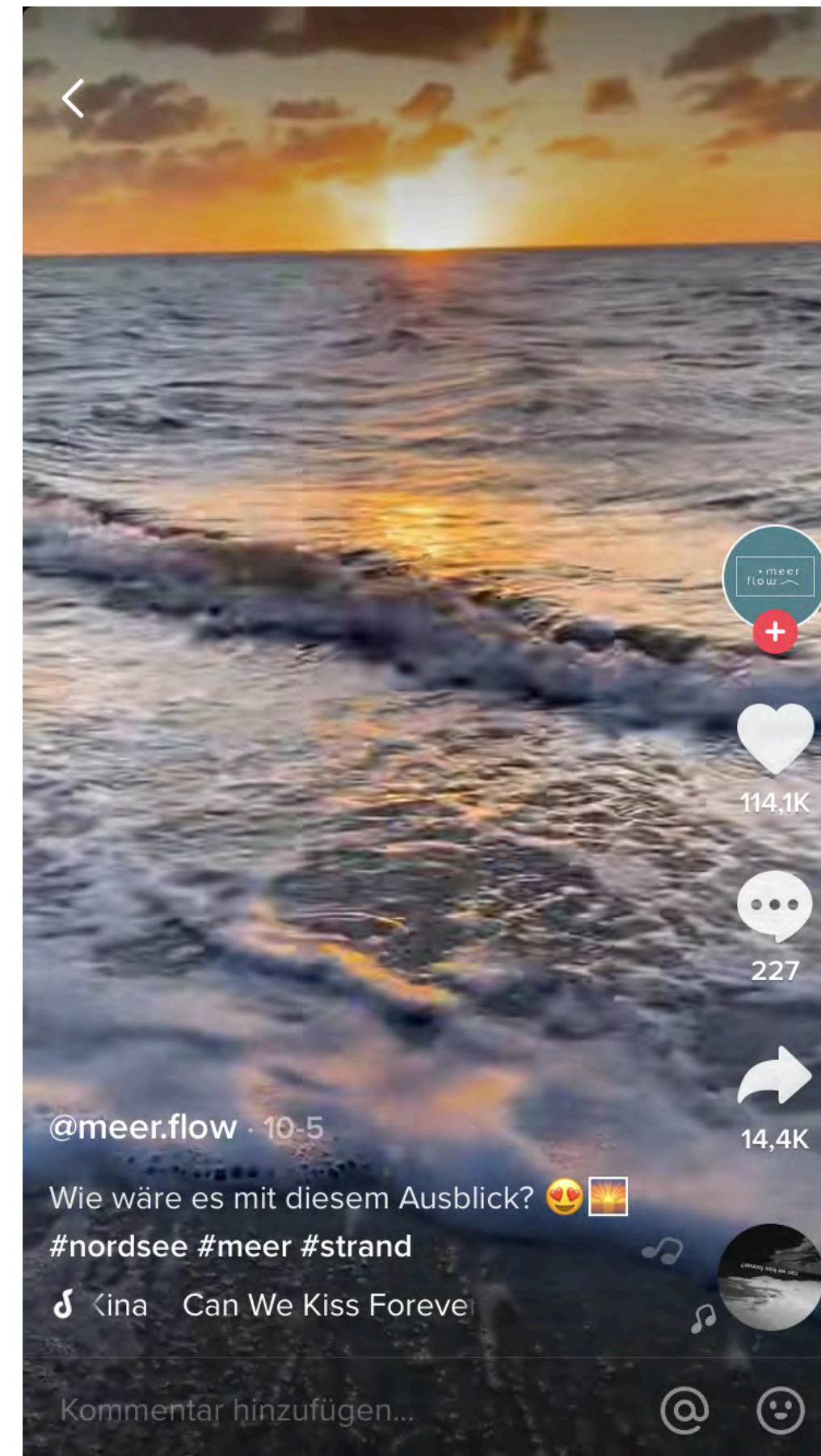
TikTok

Es gibt verschiedene Formate, die auf TikTok gängig sind:

Lustige Videos

Idyllische Videos / Inspiration

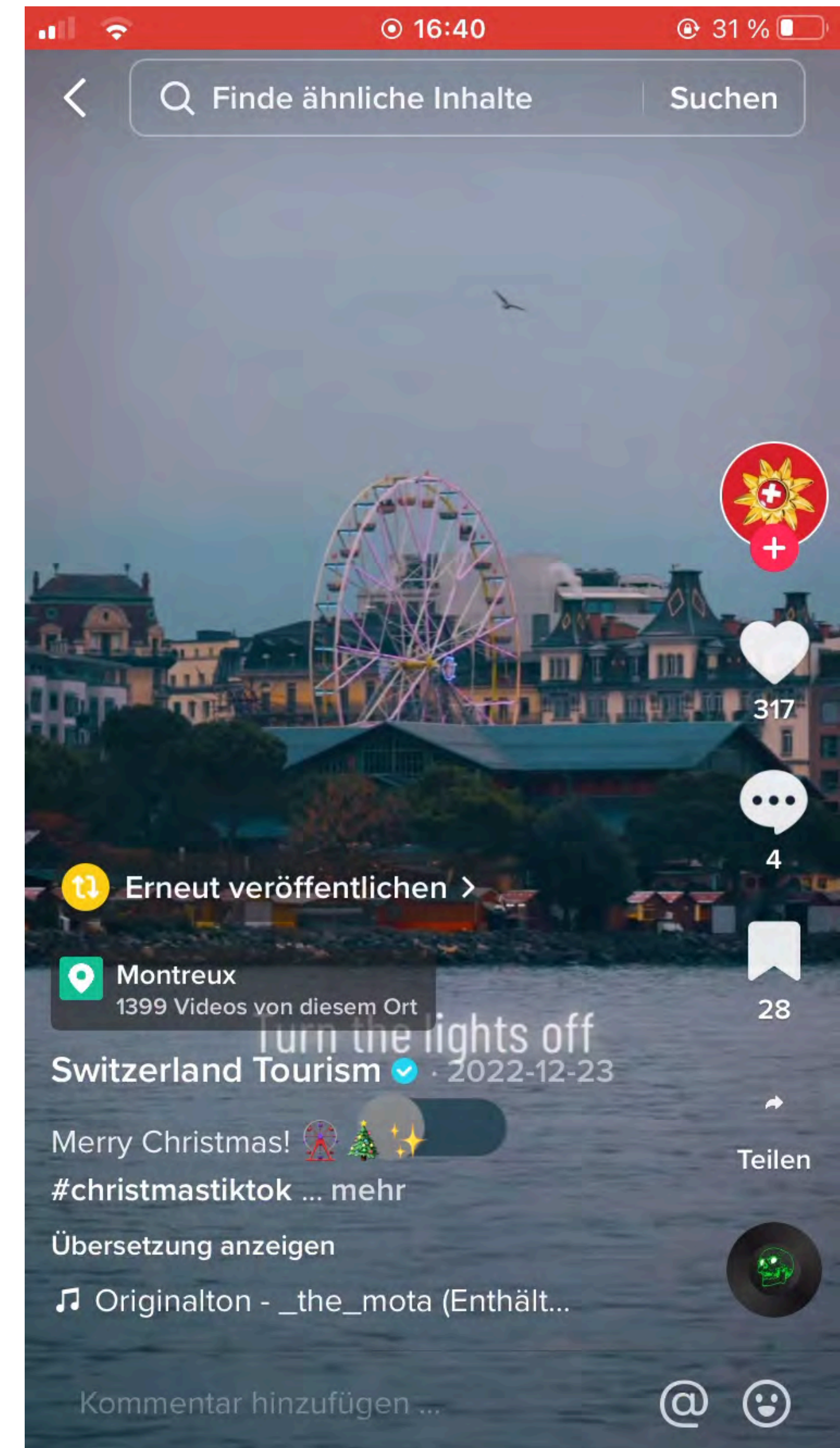
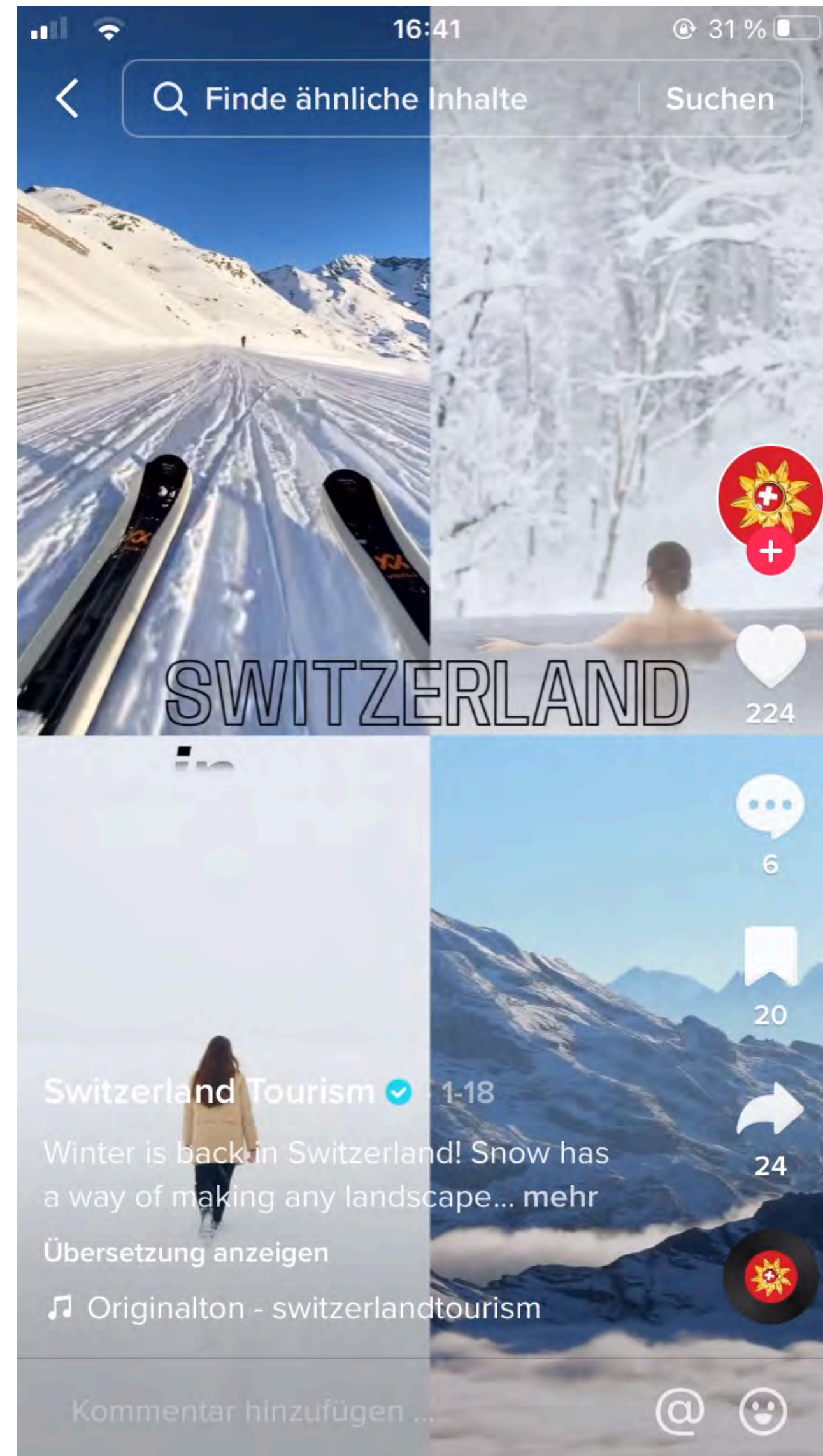
Infotainment



TikTok

Auch die Kategorie Idyllische Videos und Inspiration kann auf die unterschiedlichste Art umgesetzt werden.

Auffällig ist, dass auf TikTok im Gegensatz zu Instagram Reels ein schnelleres Tempo und mehr Kreativität zählen.



TikTok

TikTok funktioniert eher weniger über Freunde und Vernetzung.

Videos werden stark interessengesteuert ausgestrahlt.

Das bietet großes Potential, virale Videos zu erstellen und eine neue Zielgruppe zu erreichen.



Pinterest

Was ist Pinterest?

Pinterest ist eine visuelle Suchmaschine, mit der du Ideen wie Rezepte oder Einrichtungs- und Stylinginspiration findest.

Bei den Milliarden von Pins auf Pinterest findest du immer inspirierende Ideen. Wenn dir Pins gefallen, merk sie dir auf Pinnwänden, damit du deine Ideen sortieren und leicht wiederfinden kannst. Und auch du kannst Pins erstellen und deine Ideen mit anderen Nutzern auf Pinterest teilen.

<https://help.pinterest.com/de/guide/all-about-pinterest>

Pinterest

Pinterest ist eine virtuelle Pinnwand für Fotos, Grafiken und Videos. Alle Beiträge haben ein visuelles Element, einen Text und einen hinterlegten Link. Die Plattform wird vorrangig als Inspirationsquelle genutzt. Damit ist Pinterest ein sehr interessantes Netzwerk für das Tourismusmarketing. Nutzer können Urlaubsinpiration finden, direkt Informationen dazu erhalten und sich die Beiträge für später speichern.



Pinterest Statistik

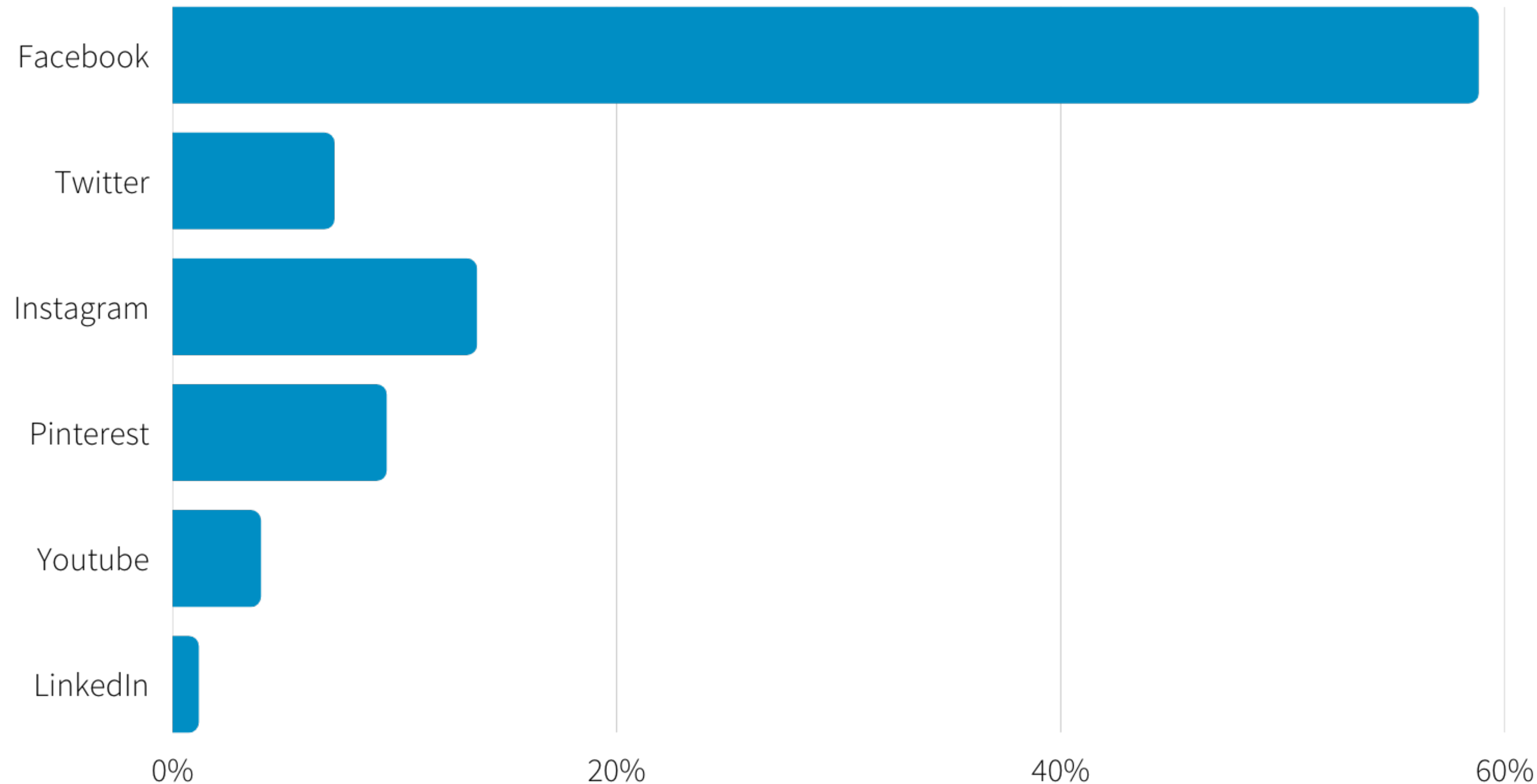
29% aller deutschen Internetnutzer sind monatlich auf Pinterest aktiv.



Wenn sich die Nutzer für ein Netzwerk entscheiden müssten, würden 2,4% Pinterest wählen.



Prozentuelle Angabe, wie viele Klicks über die jeweilige Plattform erzielt werden



JAN
2023

PINTEREST: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADS ON PINTEREST

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON PINTEREST



15.88
MILLION

PINTEREST AD REACH
vs. TOTAL POPULATION



19.1%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN REPORTED PINTEREST AD REACH



-0.9%
-145 THOUSAND

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
REPORTED PINTEREST AD REACH



+5.0%
+760 THOUSAND

PINTEREST AD REACH
vs. TOTAL INTERNET USERS



20.5%

PINTEREST AD REACH
vs. POPULATION AGED 13+



21.7%

FEMALE PINTEREST AD REACH
vs. TOTAL PINTEREST AD REACH



78.4%

MALE PINTEREST AD REACH
vs. TOTAL PINTEREST AD REACH



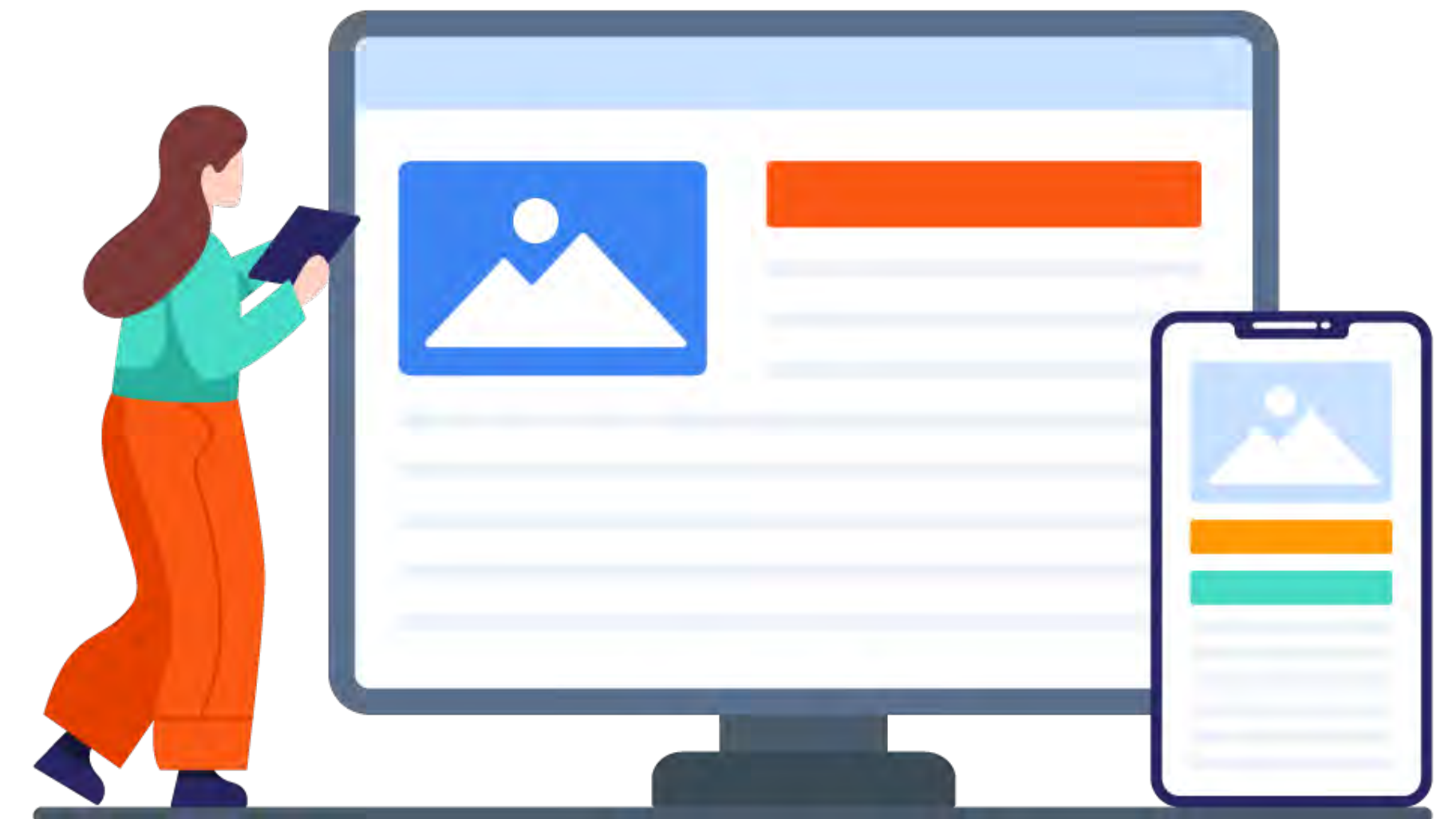
16.7%

Pinterest

Voraussetzung für ein erfolgreiches Pinterest Profil ist die Verfügbarkeit von ansprechendem Bildmaterial und geeignetem Content, auf den verlinkt werden kann.

Am besten geeignet ist hierfür ein eigener Blog mit ansprechenden Beiträgen und Geschichten.

Es ist aber auch möglich eine Unterkategorie hierfür auf der eigenen Website zu erstellen.



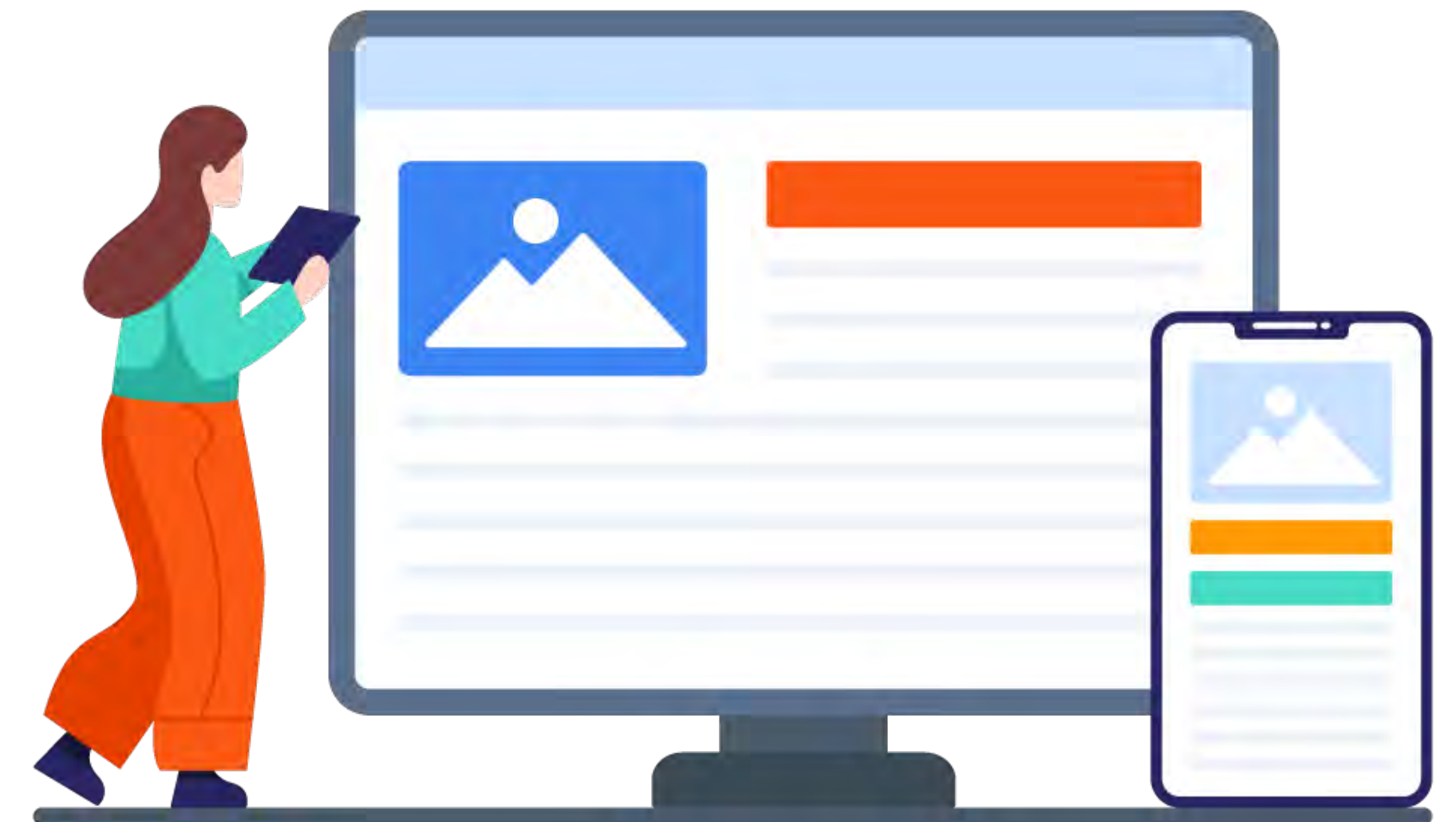
Pinterest

Inhalte auf Pinterest sind „Evergreen-Content“.
Die Plattform spielt Inhalte nicht chronologisch aus,
sondern je nach Suche und Interessen der Nutzer.

Pins werden auch nach Monaten und Jahren noch
gefunden und ausgespielt.

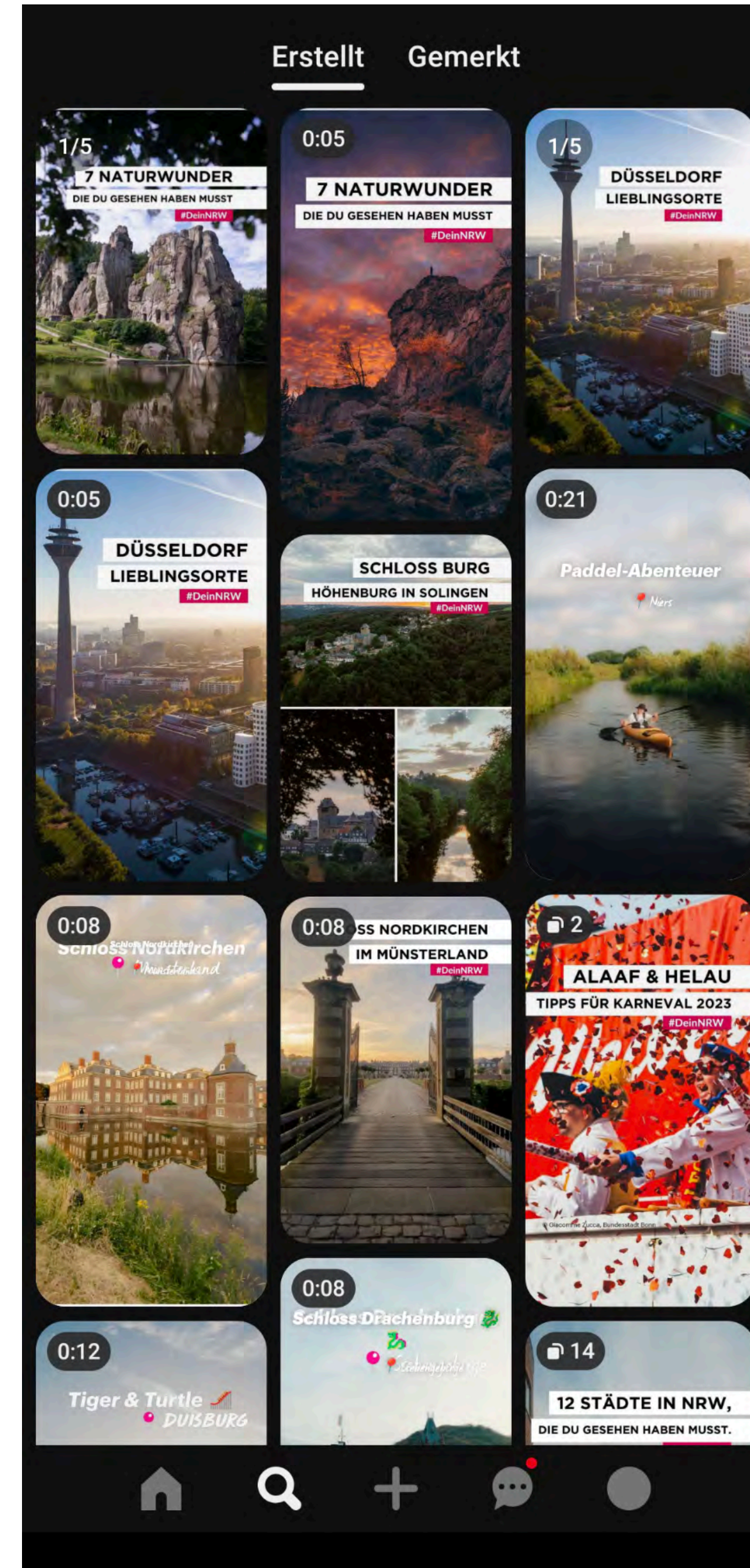
Das ist Chance und Fluch zu gleich:

Die Arbeit lohnt sich nachhaltig, damit geht aber
auch Verantwortung einher. Die Links hinter den
Pins müssen aktuell gehalten werden.



Pinterest

Als Beispiel für einen Pinterest Account konzentrieren wir uns auf „DeinNRW“. Das soll nicht heißen, dass der Kanal alles richtig macht.



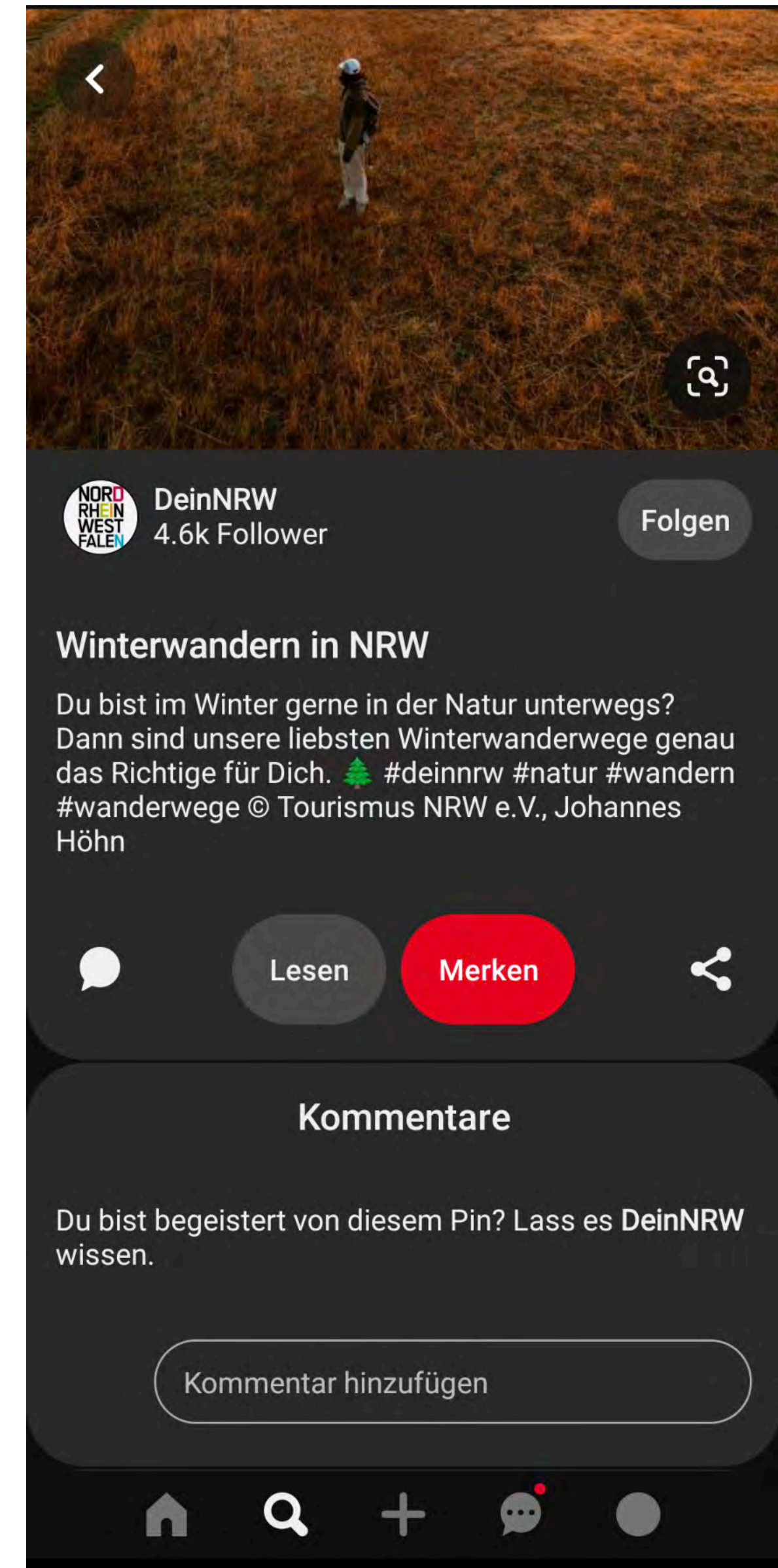
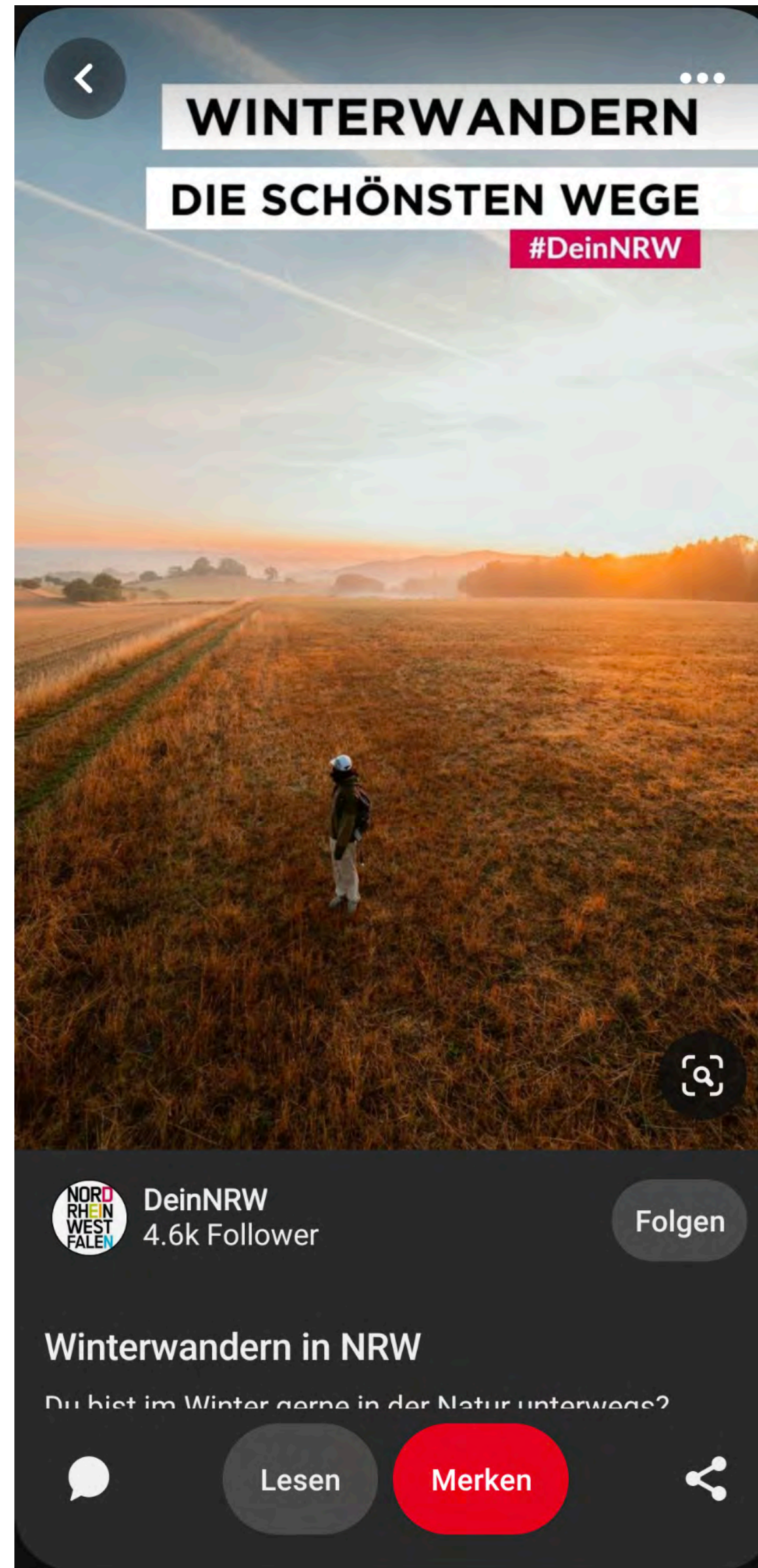
Pinterest

Ein Pin besteht aus:

einem ansprechenden Bild bzw. einer Grafik oder einem Video als Eyecatcher.

einem ansprechenden kurzen Text als Beschreibung des Inhalts und mit einem „Call to Action“ bzw. einem „Call to Benefit“.

einem Link der hinter dem Pin liegt.



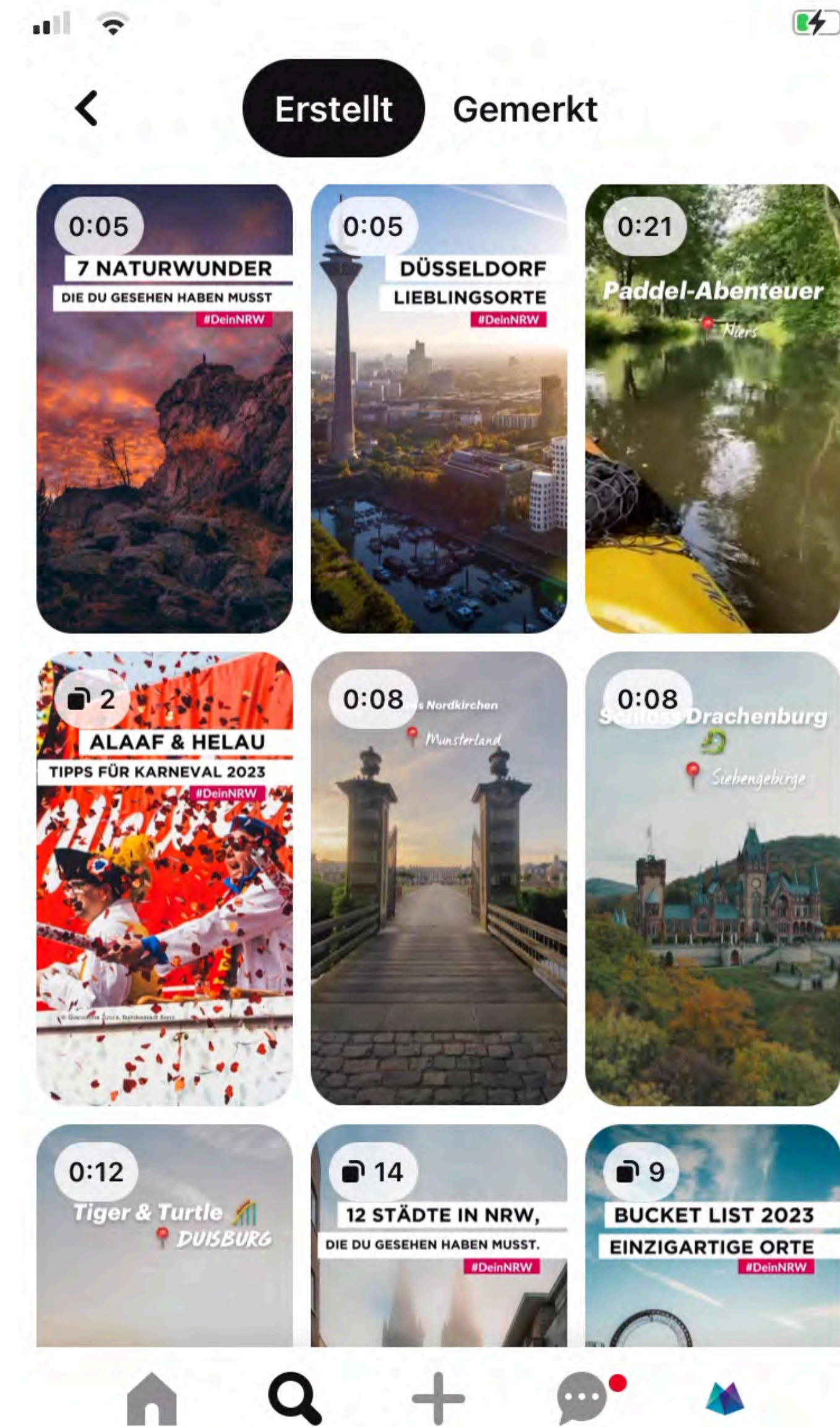
Pinterest

Eine Idea-Pin ähnelt der Instagram Story.

Sie besteht aus mehreren Fotos bzw. Grafiken.

Im Gegensatz zu den normalen Pins haben die Idea Pins keine Verlinkung.

Sie dienen als Inspirationsquelle und holen Traffic auf die Pinterest Seite und die Pinnwände.



Pinterest

Das Community Management auf Pinterest ist anders, als bei anderen Netzwerken.

Kommentare müssen beantwortet werden.

Die eigentliche Interaktion findet über das erstellen von Pinnwänden und das Merken von Pins statt.

Füllen Sie deswegen Ihre Pinnwände nicht nur mit eigenen Pins. Seien Sie auf Pinterest aktiv und merken Sie sich auch Beiträge von anderen. Erstellen Sie so inspirierende Pinnwände.





social media akademie
für reise und touristik

Blog



Wir lieben Geschichten!



Der Körper schüttet die gleichen Hormone aus, egal ob erlebt oder gelesen / gehört.



Durch Geschichten erinnern wir uns besser!

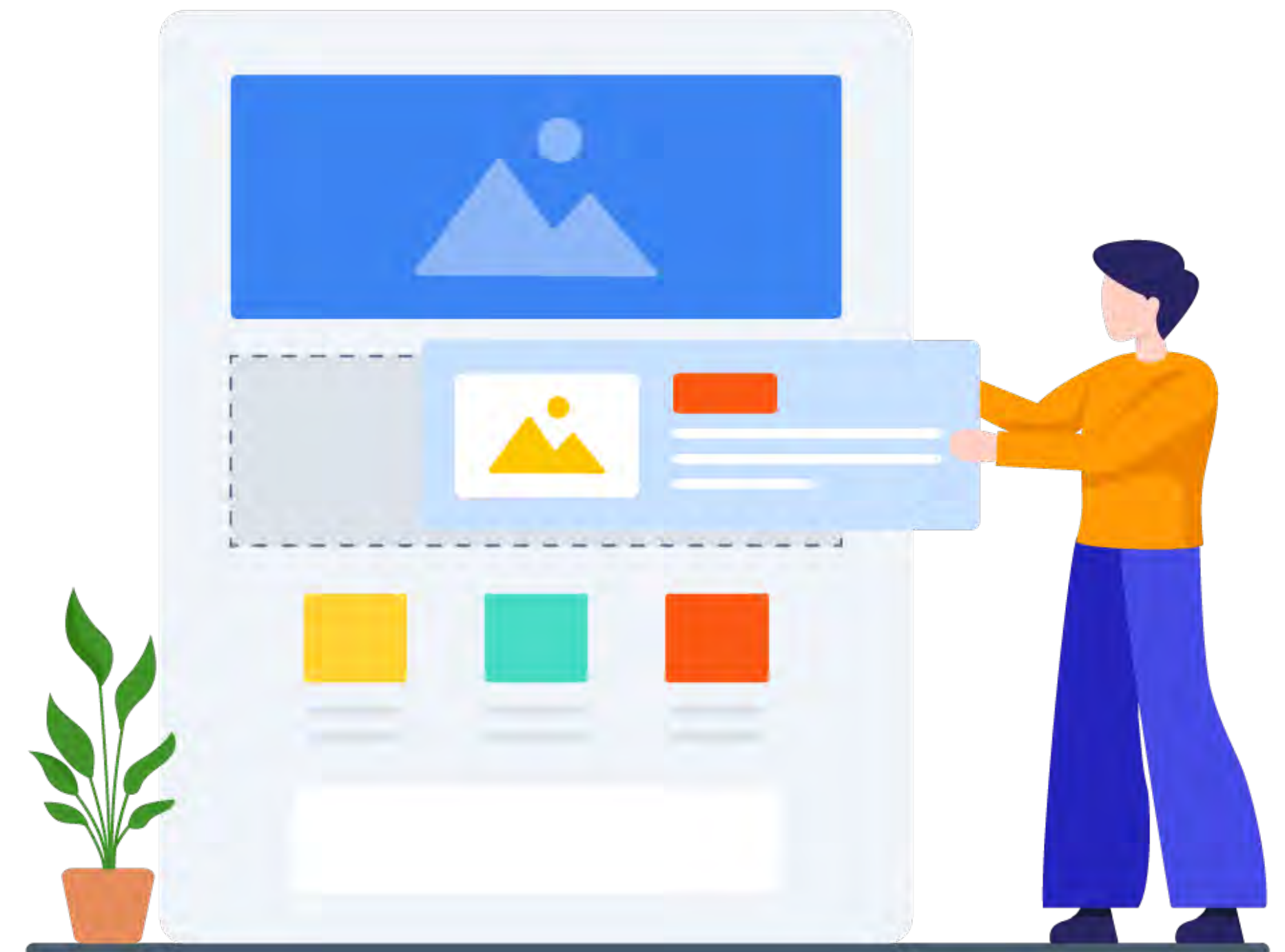
Ein eigener Blog

Kein neues soziales Netzwerk aber eine Content-Plattform mit wertvollen Inhalten, die Sie dann für Social Media nutzen können.

In einem Blogbeitrag können längere Texte, Bilder und Erlebnisberichte Platz finden.

Die Region soll erlebbar werden.

Auf einer virtuellen Reise bekommt der potenzielle Urlauber einen ersten Eindruck von der Region, von den Erlebnissen und Attraktionen.

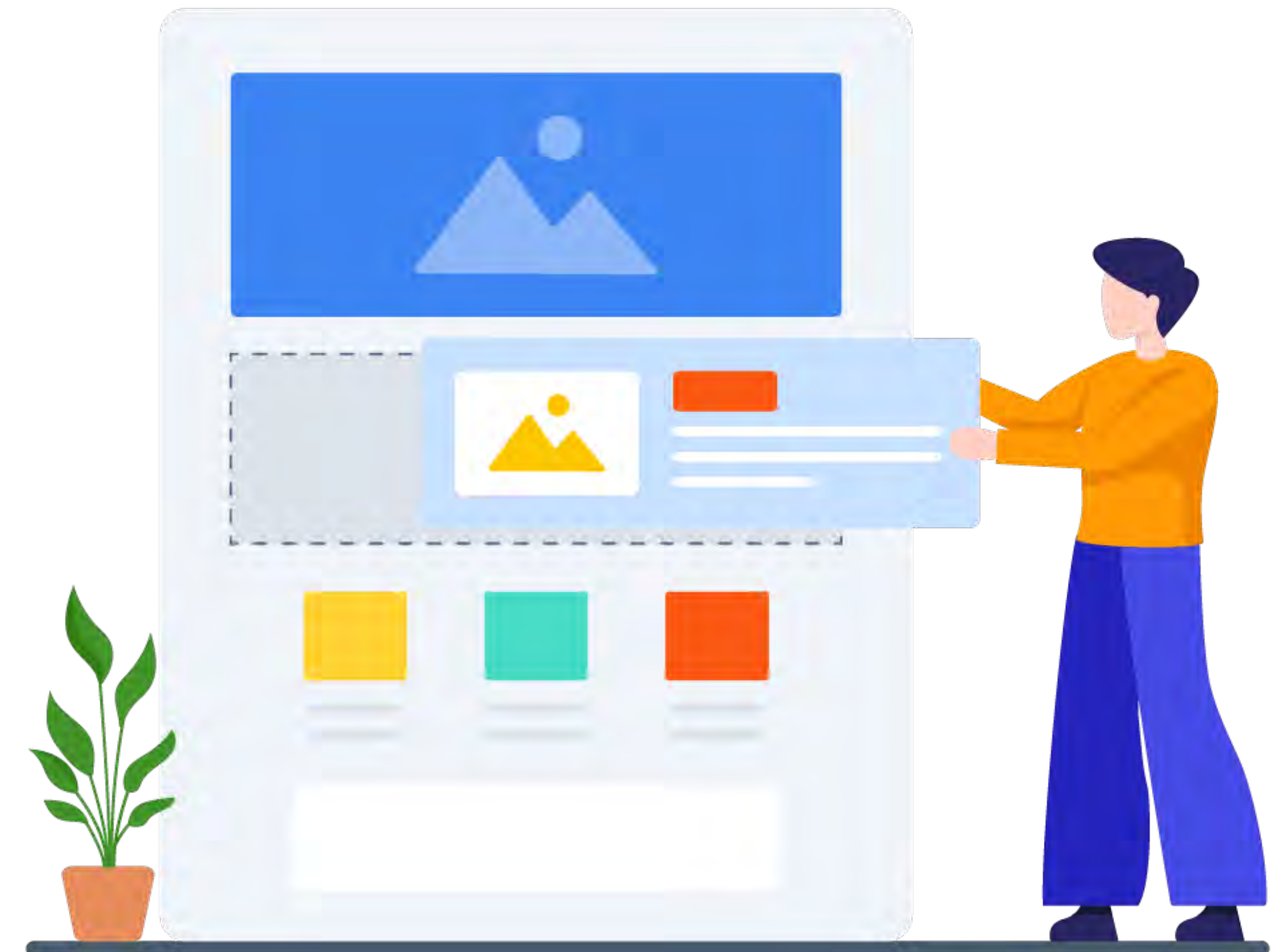


Ein eigener Blog

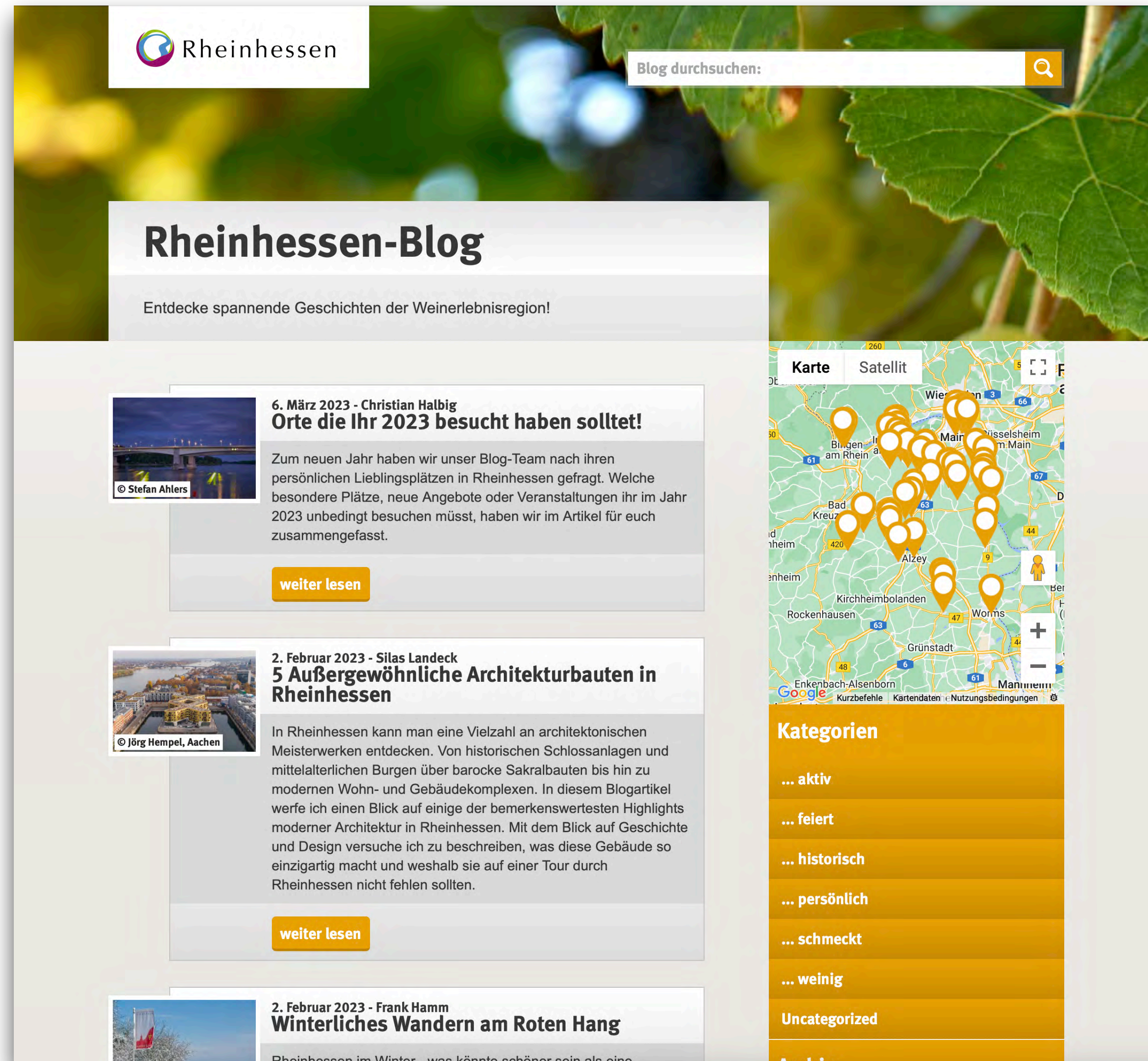
Auch Blogger, die Einheimischen und Urlauber können auf dem Blog mitwirken und Rezepte, Geschichten und Tipps verfassen.

Wichtig ist ein Ziel und ein Konzept hinter dem Blog und eine gute Planung mit regelmäßigen Veröffentlichungen.

Den Blog unbedingt mobil optimieren!



Beispiel: Blog der Rheinhessen Touristik



The screenshot shows the homepage of the Rheinhessen-Blog. At the top left is the logo for 'Rheinhessen'. A search bar is located at the top right. The main heading is 'Rheinhessen-Blog' with the subtext 'Entdecke spannende Geschichten der Weinerlebnisregion!'. Below this are three article cards. The first card, dated 6. März 2023 by Christian Halbig, is titled 'Orte die Ihr 2023 besucht haben solltet!' and includes a 'weiter lesen' button. The second card, dated 2. Februar 2023 by Silas Landeck, is titled '5 Außergewöhnliche Architekturbauten in Rheinhessen' and also includes a 'weiter lesen' button. The third card, dated 2. Februar 2023 by Frank Hamm, is titled 'Winterliches Wandern am Roten Hang'. To the right of the article cards is a map of the Rheinhessen region with several orange location pins. Below the map is a 'Kategorien' section with a list of categories: aktiv, feiert, historisch, persönlich, schmeckt, wenig, and Uncategorized. At the bottom right of the map area is an 'Archiv' section.



The screenshot shows a detailed view of a blog post. The main heading is '3 rheinhessische Rezepte für die Winterzeit', dated 2. Dezember 2021. The author is identified as Natalie Teschauer. The post text begins with 'Aus den Töpfen und in der ganzen Küche duftet es nach Rheinhessen. Aus den Zornheimer Weinstuben habe ich Euch drei rheinhessische Rezepte für die Winterzeit mitgebracht und dazu die passende Weinempfehlung.' Below the text is a photograph of a man in a kitchen setting. To the right of the main text is a sidebar with the author's name and a link to 'alle Beiträge des Autors'. Below the sidebar is a 'Kategorien' section with a list of categories: aktiv, feiert, historisch, persönlich, schmeckt, wenig, and Uncategorized. At the bottom right of the sidebar area is an 'Archiv' section.



social media akademie
für reise und touristik

Podcast

Podcast Statistik

Laut Statista hören 43% der Deutschen zumindest selten Podcasts.



Einer Studie von „Stiftung für Zukunftsfragen“ nach hören 19% wöchentlich Podcasts und 5% sogar täglich.



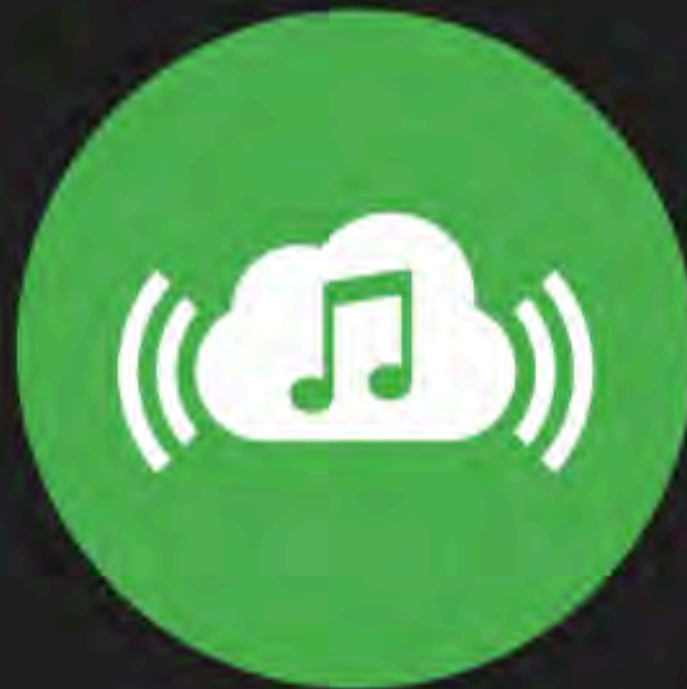
JAN
2023

LISTENING TO ONLINE AUDIO CONTENT

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO LISTEN TO EACH KIND OF AUDIO CONTENT VIA THE INTERNET EACH WEEK



LISTEN TO MUSIC
STREAMING SERVICES



40.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+7.2% (+270 BPS)

LISTEN TO ONLINE RADIO
SHOWS OR STATIONS



26.5%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-2.9% (-80 BPS)

LISTEN TO
PODCASTS



20.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+14.9% (+270 BPS)

LISTEN TO
AUDIO BOOKS



13.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+3.7% (+50 BPS)

Geschichten erzählen

Ein Podcast ist wie ein Blog zum hören.

Der Zuhörer kann den Podcast überall mit hin nehmen und nebenbei hören.

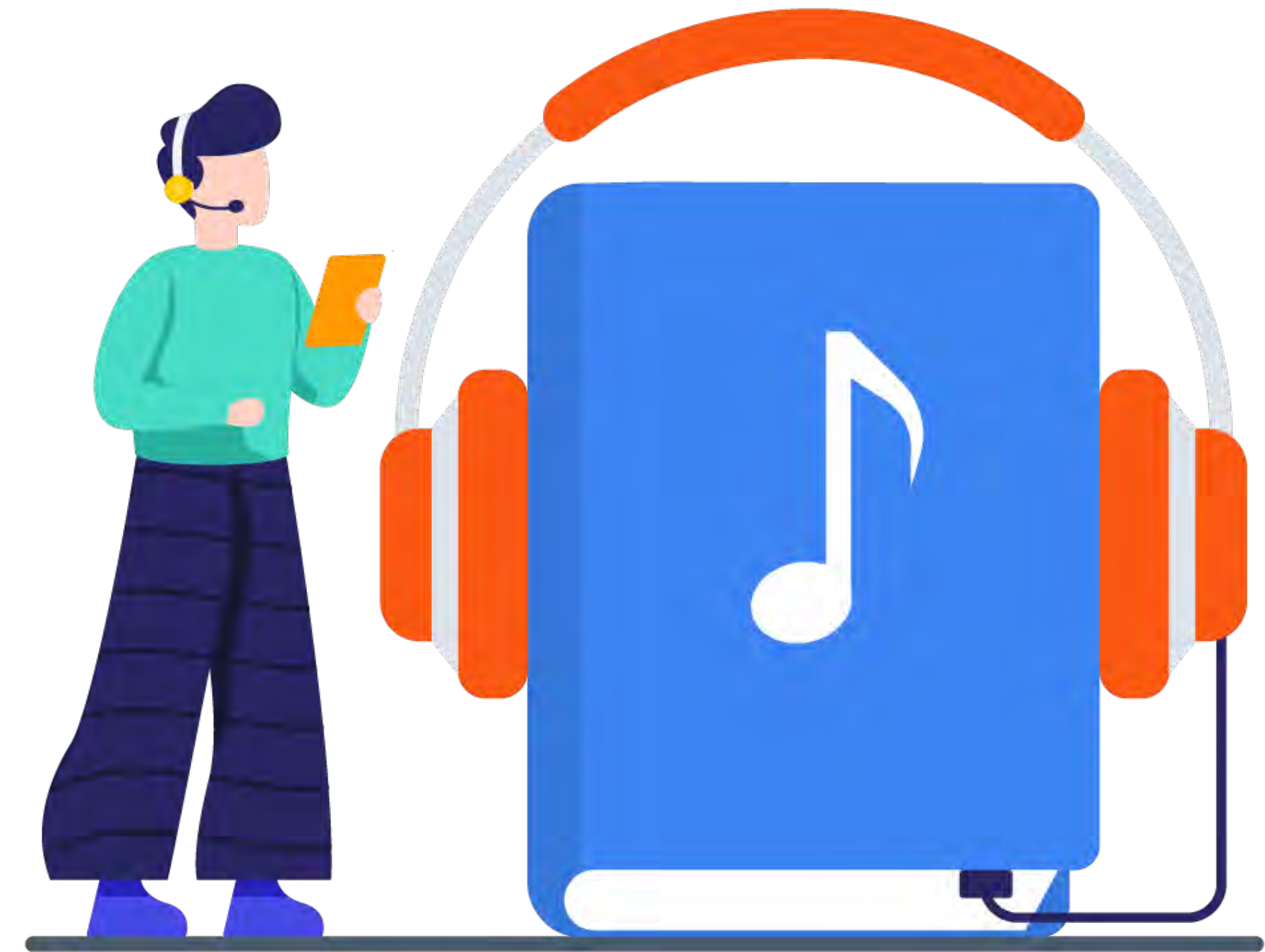
Es gibt verschiedene Ansätze für touristische Podcasts:


Die Region hören - Hamburg

<https://www.hamburg-tourism.de/das-ist-hamburg/weil-wir-hamburg-sind/podcast/>

Interviews und Geschichten aus der Region - Sachsen-Anhalt


<https://echtschoensachsenanhalt.de/podcast/>





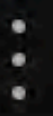



Intensive Sounds


Kopfhörer auf und die handverlesene Playlist unserer Manufaktur genießen. Damit kommt...

 Joachim Schmidt

etwa 2 Std. 45 Min.



1 **Legendary**
Welshly Arms 



Intensive Christmas Senses

Wir wünschen Euch ein frohes Weihnachtsfest 2022 mit festlichem und von uns...

 Joachim Schmidt

6 Likes • 1 Std. 17 Min.



Audio Content

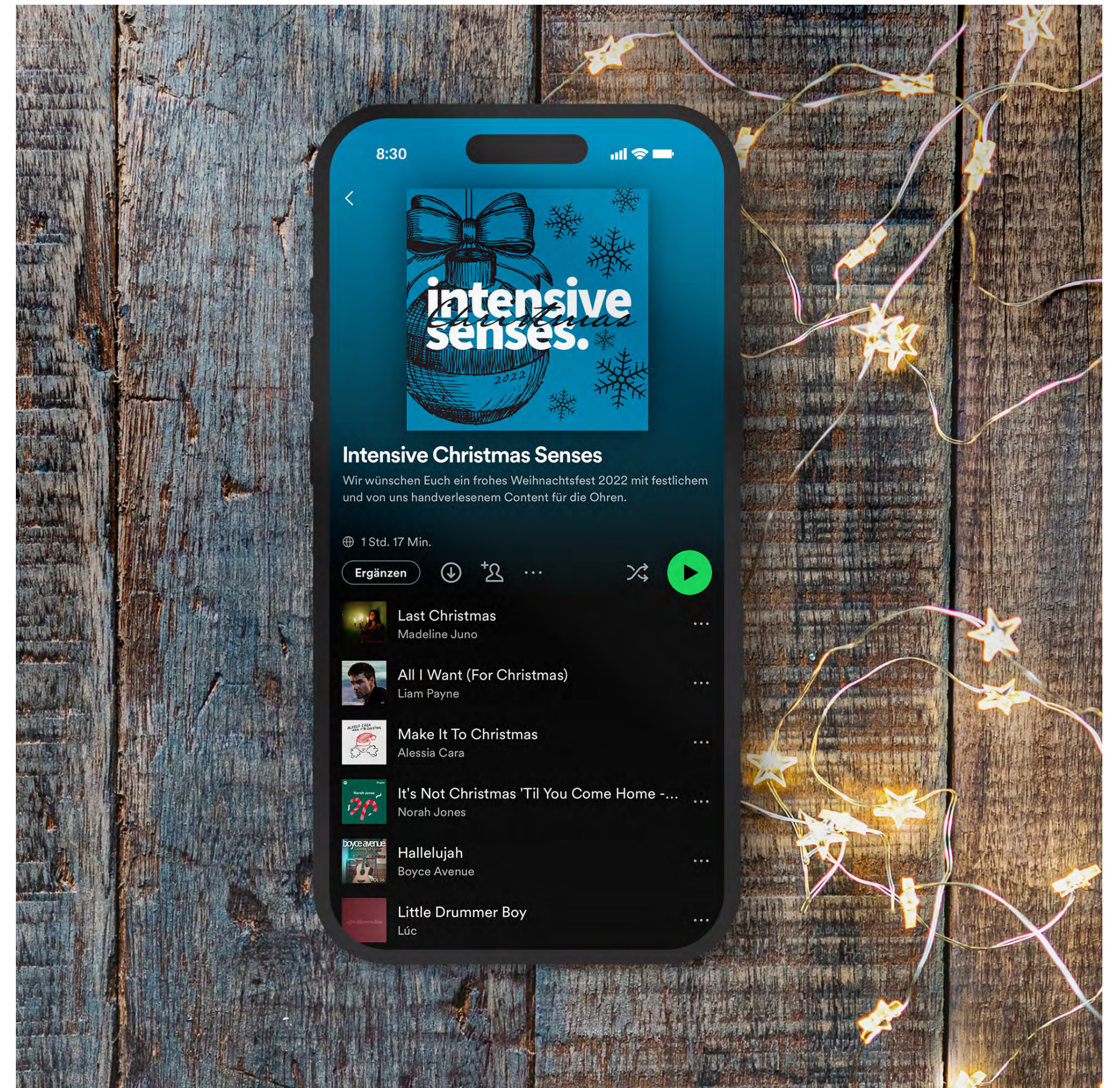
Spotify ist eine mögliche Plattform um Content in Form von Audioformaten (Podcast) zu erstellen oder zu verbreiten (Playlists).

Playlists:

für den Urlaub in der Region.

mit Künstlern aus der Region.

zu Events in der Region.





social media akademie
für reise und touristik

LinkedIn



Über LinkedIn

Willkommen bei LinkedIn! Mit über 850 Millionen Mitgliedern in mehr als 200 Ländern und Regionen ist LinkedIn das größte berufliche Netzwerk der Welt.

Unsere Vision

Wir möchten ökonomische Chancen für alle Mitglieder des globalen Arbeitsmarktes schaffen.

Unsere Mission

Unser Unternehmensziel ist einfach: Mitglieder rund um den Globus miteinander vernetzen, um sie produktiver und erfolgreicher zu machen.

LinkedIn Statistik

13,3% aller deutschen Internetnutzer sind monatlich auf LinkedIn aktiv.



LinkedIn

Die Business-Variante der Social Media Plattformen.

Auf LinkedIn präsentieren sich Privatpersonen mit ihrem beruflichen Lebenslauf, um neue Jobs zu finden oder Geschäftsbeziehungen zu pflegen.

Unternehmen präsentieren sich ebenfalls im Bereich B2B oder um das Thema Recruiting nachhaltig auszubauen.

Urlaubsinspiration findet hier keinen Platz.

Aber die Nutzung für Unternehmenskommunikation und Pressearbeit ist denkbar.





social media akademie
für reise und touristik

Twitter

 About

Who we are ▾

Our priorities ▾

Resources ▾

[Go to Twitter.com](#)

**Twitter is what's
happening and what
people are talking
about right now.**

[Go to Twitter.com](#)

Twitter Statistik

21,7% aller deutschen Internetnutzer sind monatlich auf Twitter aktiv.



Wenn sich die Nutzer für ein Netzwerk entscheiden müssten, würden 2% Twitter wählen.



Achtung: Es ist nicht bekannt, ob sich die Zahlen nach der Twitterübernahme geändert haben.

Twitter

Twitter hält sich als soziales Netzwerk wacker.

Für den Tourismus war Twitter als Plattform in den letzten Jahren schon schwierig und wurde hauptsächlich für Pressearbeit, Krisenkommunikation und Eventkommunikation genutzt.

Die Plattform wird eher für Informationen, kurze Texte und Wortwitze genutzt. Urlaubsinspiration findet hier nur schwer einen Platz.

Tweets von @gntblive



GNTB Live

@gntblive · 6 Std.



Guten Morgen aus Berlin! Hier am Stand der Deutschen Zentrale für Tourismus #DZT beginnt der dritte #itbberlin Tag bereits sehr früh mit dem schon traditionellen parlamentarischen Frühstück. #gntb



6



GNTB Live

@gntblive · 18 Std.



Ein ereignisreicher zweiter ITB-Tag ist zu



social media akademie
für reise und touristik

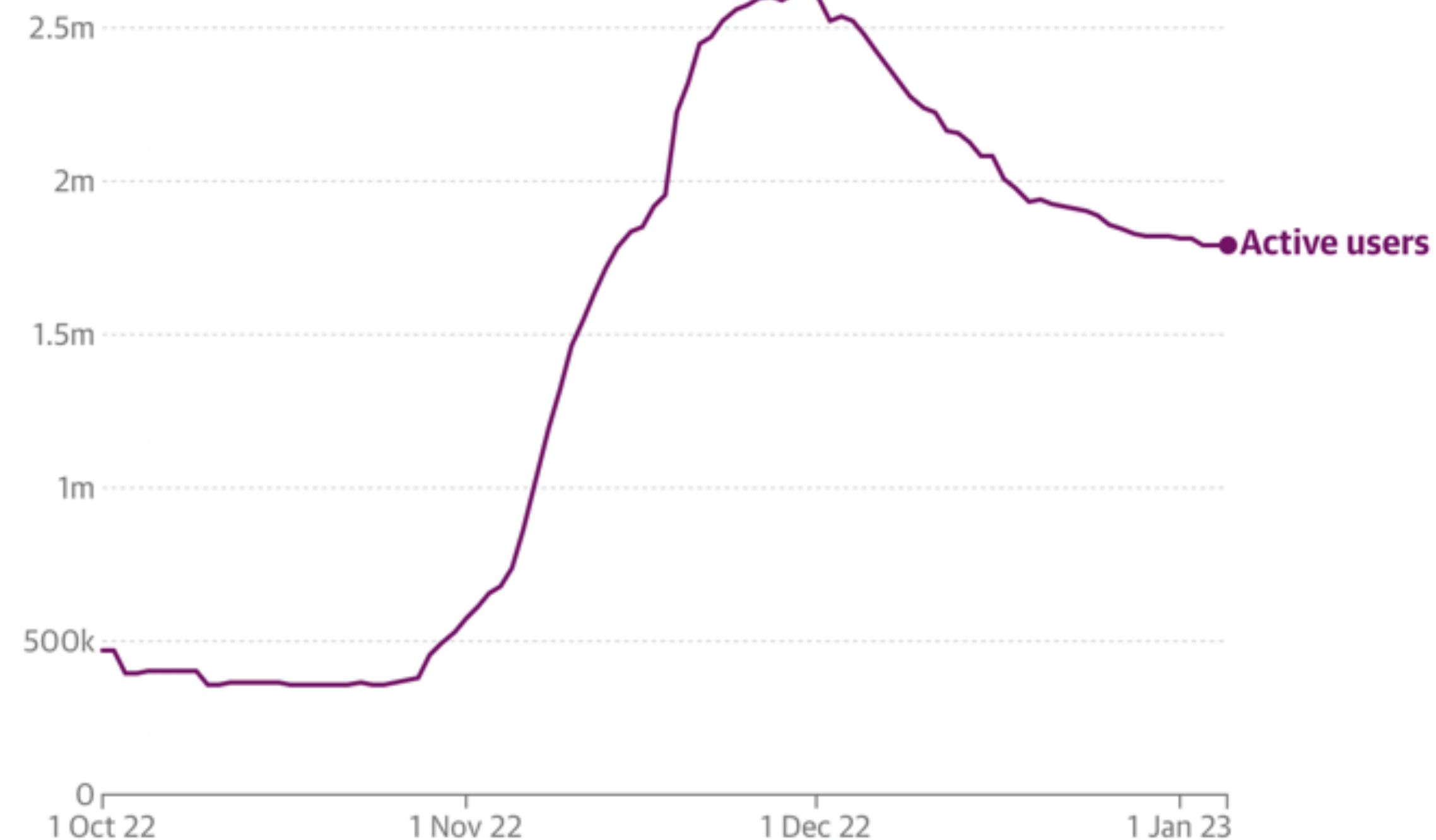
Mastodon



Mastodon

Nachdem Elon Musk Twitter kaufte, stiegen die Nutzerzahlen von Mastodon rasant an. Mastodon wurde als das neue Twitter gehyped.

Im Januar fielen die Zahlen aber wieder, weil viele Nutzer Mastodon wieder verließen.



Mastodon

Das soziale Netzwerk erinnert an Twitter. Deswegen auch der Aufschwung nach der Twitter Übernahme.

Die Nutzung ähnelt. Man twittert nicht, man trötet. Die Kommunikation ist freundlicher als bei Twitter.

Es werden vorrangig Textbeiträge geteilt.

Ähnlich wie bei Twitter geht es inhaltlich um Informationen, Wortspiele oder die Mitteilung von Gedanken oder Tatsachen.

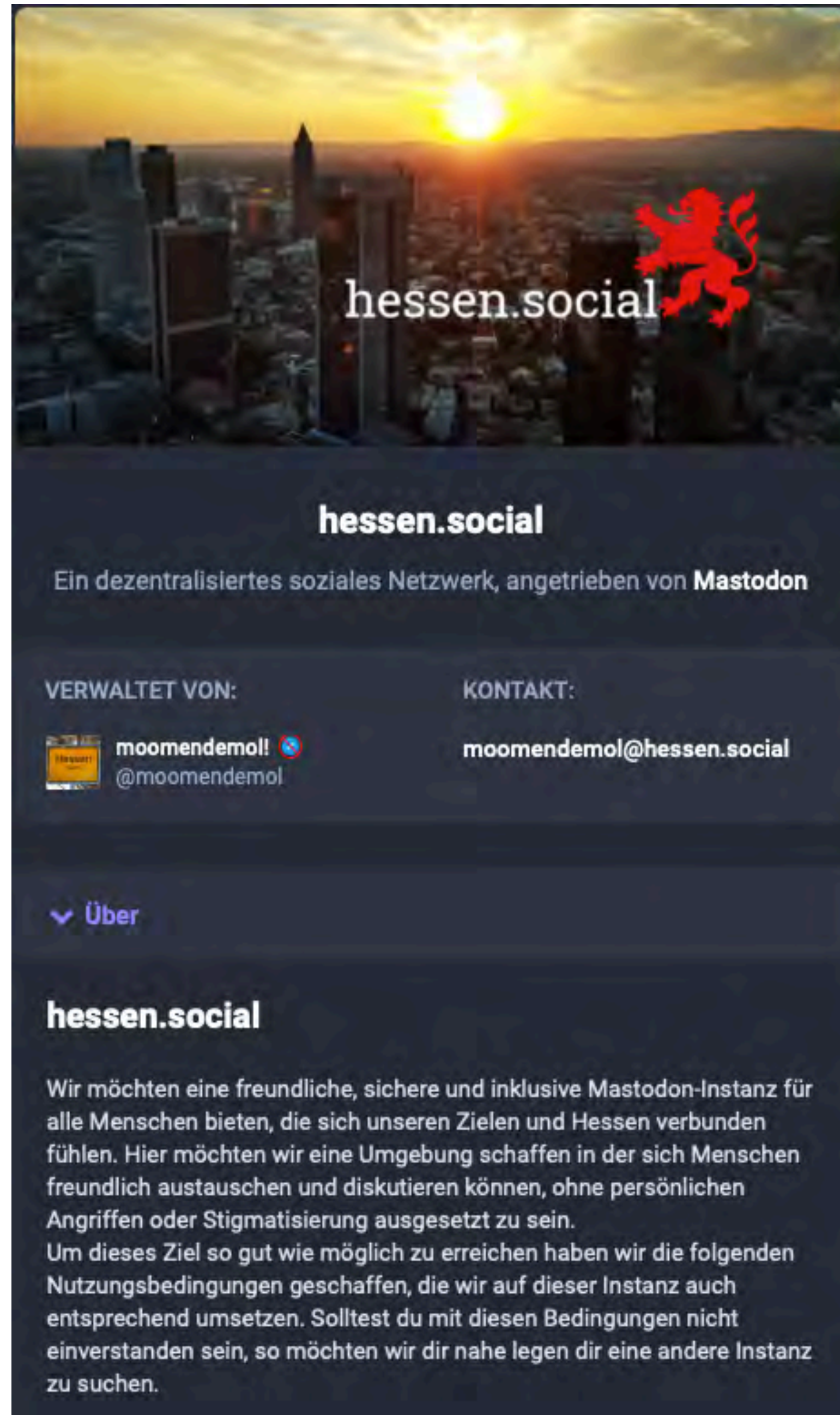
Es gibt keine Möglichkeit für Unternehmensaccounts. Dennoch sind einige Unternehmen bereits vertreten.



Mastodon

Anders als Twitter ist Mastodon dezentral aufgebaut. Es funktioniert als „Fediverse“ (Federated Universe).

Die verschiedenen Server von Mastodon gehören häufig gemeinnützigen Organisationen oder Ehrenamtlichen. So ist man beispielsweise über der Mastodon Instanz „hessen.social“ angemeldet.





social media akademie
für reise und touristik

BeReal

BeReal.

Your Friends for Real.

Every day at a different time, everyone is notified simultaneously to capture and share a Photo in 2 Minutes. A new and unique way to discover who your friends really are in their daily life.



Keep your friends
all day with you



BeReal

Auf BeReal teilen Nutzer ein Foto pro Tag, um authentische Momentaufnahmen zu teilen.

Zufällig bekommt man von der App eine Benachrichtigung und hat zwei Minuten Zeit ein Foto zu veröffentlichen. Inhalt ist die aktuelle Aktivität des Nutzers.

Grundsätzlich eine super Idee, um die Region authentisch zu präsentieren. Aber im Marketing ist die Nutzung der App eigentlich zeitlich nicht umsetzbar.



BeReal

Bei BeReal sind keine Unternehmensaccounts möglich.

Eine Zusammenarbeit mit Influencern auf BeReal ist denkbar.

Wenn Sie sowieso eine Kooperation mit Influencern planen. Könnten Sie deren BeReal Kanäle ebenfalls nutzen, um Beiträge zu Ihrer Region erstellen zu lassen.

Achten Sie dabei trotzdem auf die Absicht der Plattform. Bleiben Sie authentisch und werden nicht zu werblich.

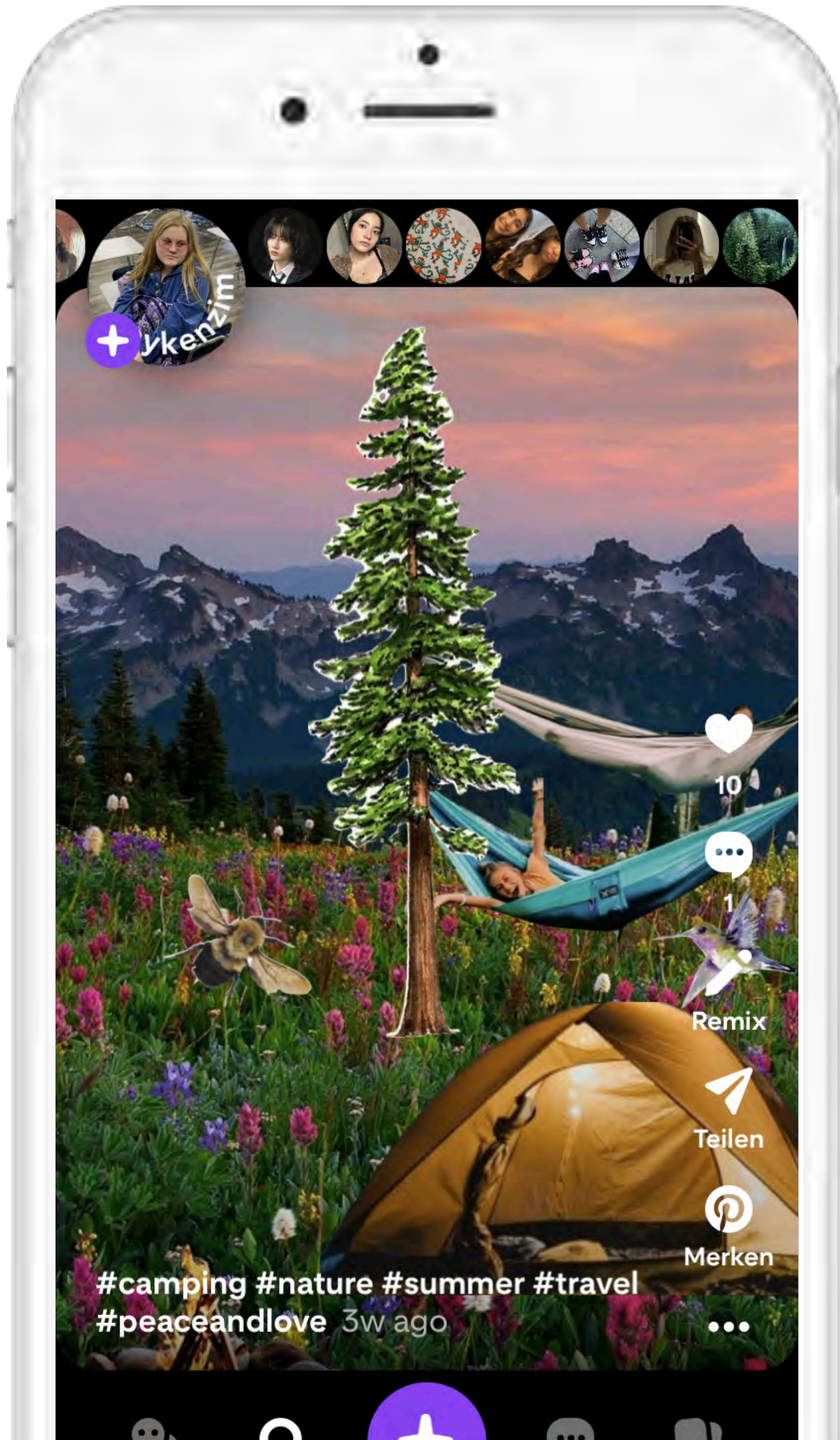






Bevor Sie neue soziale Netzwerke erkunden!

- Seien Sie selbst auf den Netzwerken aktiv, um diesen eigenen Mikrokosmos zu verstehen.
- Passen Sie Ihre Social Media Strategie an, sodass sie auf die neuen Netzwerke abgestimmt ist.
- Planen Sie die Contenterstellung im voraus und starten Sie so nicht schon mit einem zeitlichen Defizit.
- Nehmen Sie das neue Netzwerk in Ihren Redaktionsplan auf.
- Bewerben Sie die neue Plattform auch über Ihre anderen Kanäle.
- Sie brauchen neuen und abwechslungsreichen Content für die neuen Kanäle.
Veröffentlichen Sie nicht überall das Gleiche.



Interessante Themen für die Zukunft

Chat GPT und KI bei Texterstellung

Die neue Pinterest App: „Shuffle“

„P92“ - Die Twitter Alternative von Meta

Die aktive Social Media Konferenz für die Tourismusbranche

5. und 6. Mai 2023 in Rinteln (Weserbergland)

Jetzt Ticket sichern! 



Informationen und Tickets zum Early-Bird-Preis:
www.socialmediatravelweekend.de



Vielen Dank!

Natalie Teschauer

nteschauer@intensivesenses.com
+49 6056 1844947

**intensive
senses.**

Brückenstraße 17
D-63628 Bad Soden-Salmünster
Tel. +49 6056 1844999
mail@intensivesenses.com
intensivesenses.com



Maike Ovens

 social media akademie
für reise und touristik

Brückenstraße 17
D-63628 Bad Soden-Salmünster
Tel. +49 6056 1844945
maike.ovens@smart-workshops.de
smart-workshops.de

Stell Dir vor, Deine Gäste und Kunden könnten Deine Destination digital sehen, riechen, schmecken, hören und fühlen.

Willkommen bei Intensive Senses.

**intensive
senses.**

Wie können wir Dich unterstützen?
Jetzt scannen und direkt Termin vereinbaren:



Wir sind Deine Agentur für Digitales Content Marketing und Social Media im Tourismus.



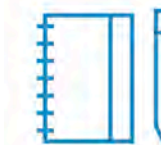
Content Marketing

Dir fehlt Zeit für die Produktion von digitalen Inhalten? Wir schreiben Deine Webseitentexte und Blogbeiträge. Erstellen Fotos, Videos und Podcasts. Gestalten Snack Content und Social Media Posts. Und wenn Du etwas in den Händen halten willst, kümmern wir uns auch um Print.



Social Media Marketing

Dir fehlt Zeit für die Pflege Deiner Social Media Kanäle? Wir erstellen Social Media Strategien, konzipieren abwechslungsreiche Redaktionspläne, produzieren Content und betreuen Deine Community auf Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, TikTok etc.



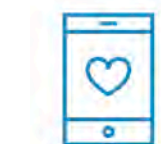
Praxisworkshops und Konferenzen

In unserer [social media akademie für reise und touristik](#) schulen wir Touristiker zu verschiedenen Themen des digitalen Marketings - vor Ort oder online. Sie richtet zudem die beliebten, jährlichen Konferenzen [social media travel day](#) und [social media travel weekend](#) aus.



Storytelling

Wir erzählen emotionale Geschichten anhand Deiner rationalen Hard Facts und Informationen. Gerne machen wir uns bei dir vor Ort auch selbst ein Bild. Wir erleben Dein Produkt, sprechen mit Mitarbeitern, Partnern und Einheimischen und stöbern mit frischem Blick erzählenswerte Storys auf.



Digitales Publishing

Du suchst einen passenden Rahmen für Deine Geschichten? Wir lassen Dein Storytelling in Form eines Online-Magazins oder Corporate Blogs auf Basis von [destination.travelstory](#) glänzen. Optimiert für alle Endgeräte und mit garantiertem Wow-Faktor!



Analyse und Strategie

Ob für Deine touristische Marke, eine spezielle Kampagne oder Deinen Social Media Auftritt allgemein. Wir durchleuchten bisherige digitale Marketingaktivitäten und entwickeln eine kreative, passgenaue Strategie für die Zukunft.



Praxisnahe Workshops und Seminare zu Social Media im Tourismus

Social Media Wissen für die Tourismusbranche

Die social media akademie für reise und touristik wurde Ende 2011 mit dem Ziel gegründet, Inhaber und Mitarbeiter touristischer Unternehmen in den vielfältigen Disziplinen des digitalen Marketings und insbesondere in der Anwendung von Social Media Maßnahmen umfassend zu informieren und zu schulen.

In speziell für die Touristik ausgelegten Workshops, Seminaren und Webinaren erhalten die Teilnehmer das umfassende Rüstzeug, um Social Media bei der täglichen Arbeit zielgerichtet im Unternehmen einsetzen zu können. Durch kleine Gruppen ist ein intensiver Lernerfolg garantiert.

Die öffentlichen Workshops und Inhouse Schulungen finden bundesweit sowie im Rahmen von Webinaren als Online-Veranstaltung statt und behandeln sowohl Basis- als auch Fortgeschrittenenwissen zu Social Media, Online Marketing, Content Marketing, Online Recht und weiteren Aspekten des digitalen Marketings.

Social Media Konferenzen für die Tourismusbranche

Mit dem social media travel day (in Frankfurt am Main) und dem social media travel weekend (in wechselnden Austragungsorten) veranstalten wir die beiden führenden Social Media Konferenzen für die Tourismusbranche.

Die Referenten kommen aus der Praxis des Online und Social Media Marketings. Sie haben sich auf die Reisebranche spezialisiert oder sind selbst Touristiker. Bei uns berichten sie über ihre aktuellen Erfahrungen und geben das erworbene Wissen an die Teilnehmer in kompakten Sessions und Workshops weiter.



Referenzen



Saale-Unstrut



AIR CANADA



Kontakt

Brückenstraße 17 · D-63628 Bad Soden-Salmünster
Tel.: +49 6056 1844945 · info@smart-workshops.de
www.smart-workshops.de

[socialmediatourismus](https://www.facebook.com/socialmediatourismus) [socialmediaakademie](https://www.instagram.com/socialmediaakademie)





social media akademie
für reise und touristik

Jetzt sind Ihre Fragen dran!