

social media akademie  
für reise und touristik

# Facebook Marketing im Tourismus

Lahntal Webinar-Reihe

Bad Soden-Salmünster, 17. Januar 2023

# Das erwartet Sie



1

## Austausch

Beantwortung Ihrer Fragen

## Theorie

Einführung in Facebook  
Tipps & Handlungsempfehlungen



2



social media akademie  
für reise und touristik

# Warum überhaupt Facebook?

# Meilensteine Facebook

Thefacebook wurde 2004 in Harvard eingeführt

Gegründet von Mark Zuckerberg und seinen Kommilitonen

## **Motto - Eine offene und vernetzte Welt**

September 2006 wurde Facebook für alle Menschen ab 13 Jahren zugänglich

Seit 2007 sind Fan-Seiten neben User-Accounts möglich

2008 schreibt Facebook zum ersten Mal schwarze Zahlen durch Werbeeinnahmen

2009 kam die Einführung des „Like-Buttons“

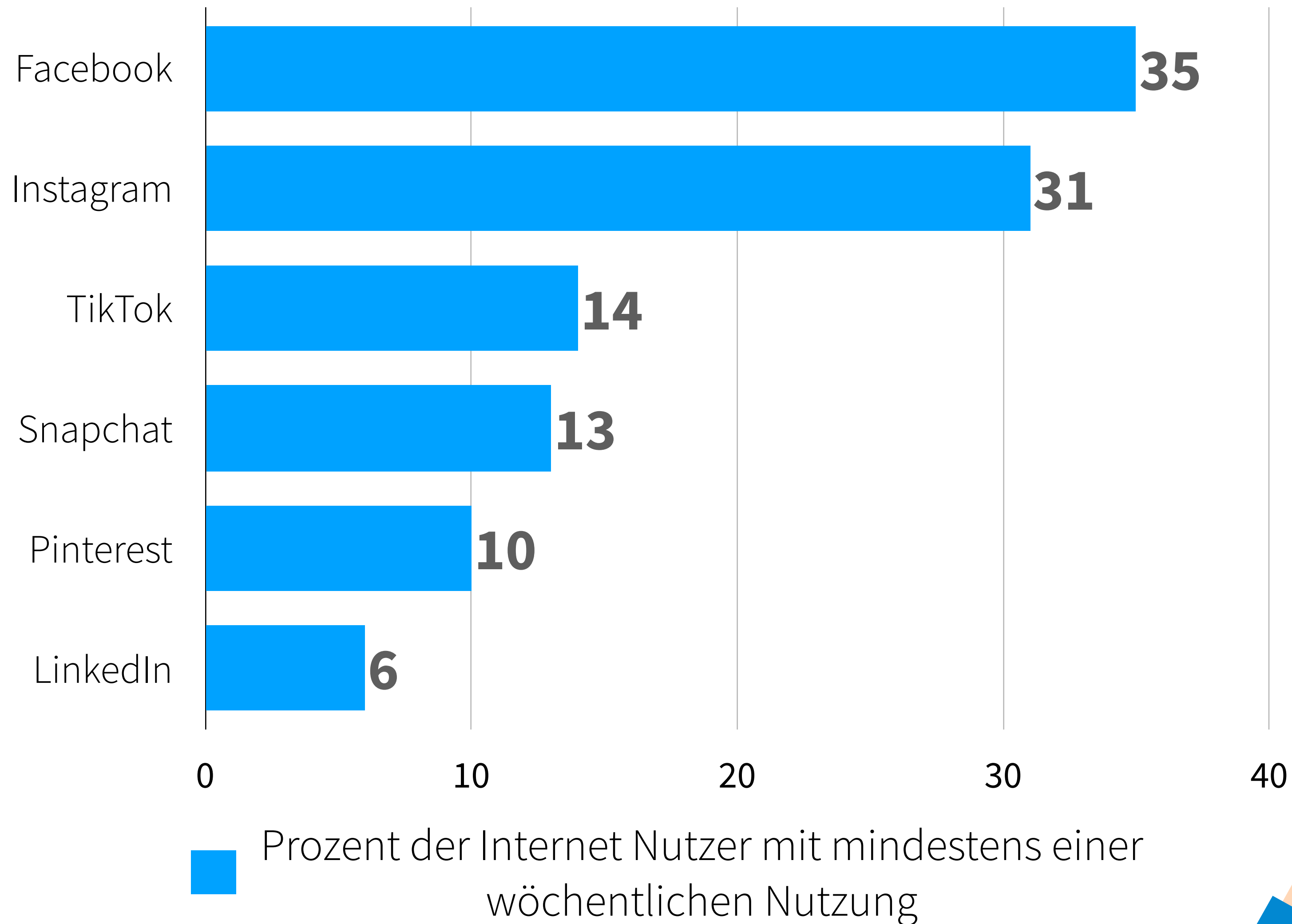
2010 500 Millionen Nutzer, 2012 schon doppelt so viele ( 1 Mrd.)

Facebook kaufte Instagram, Whats App und die Firma Oculus VR

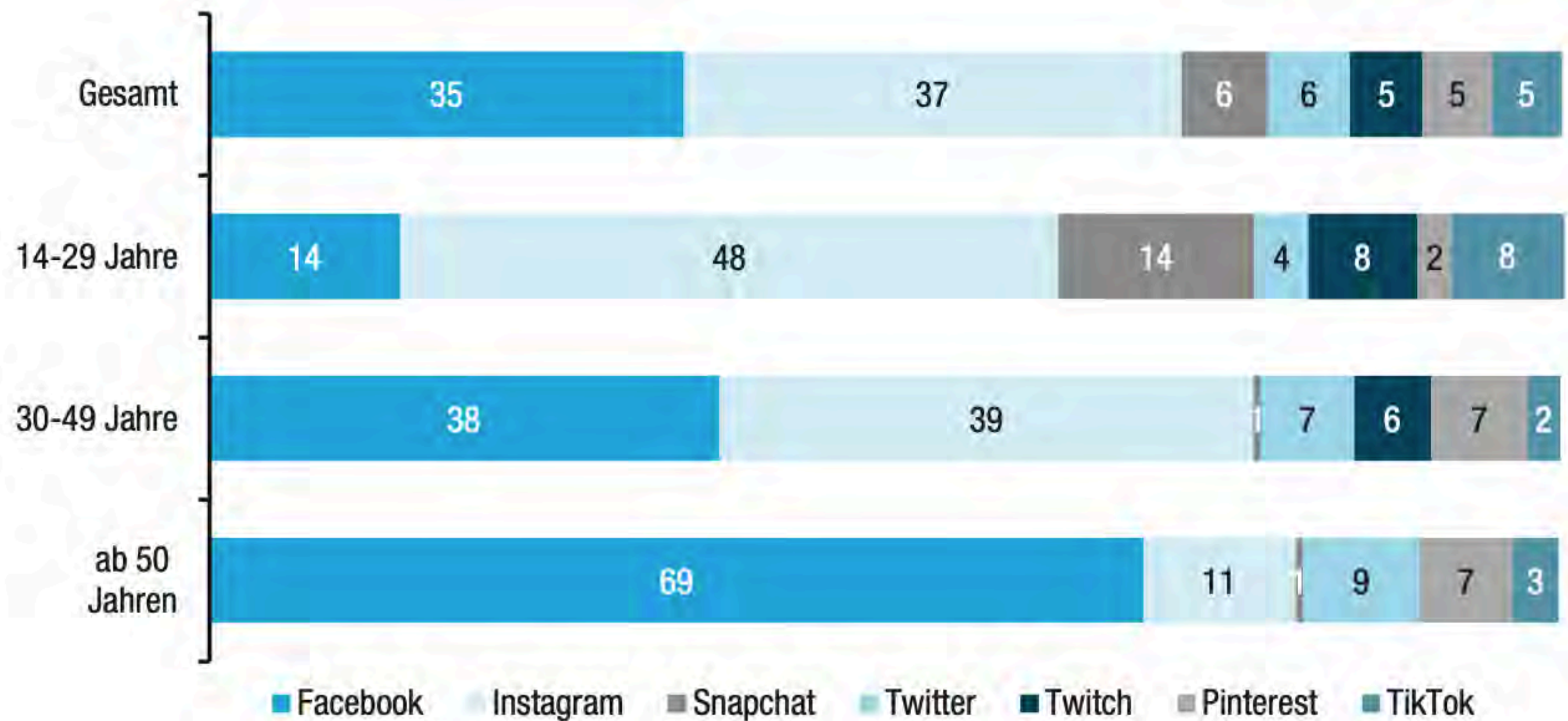
Facebook gehört heute zum Meta Konzern



# Social Media Nutzer in Deutschland



# „Wenn Sie sich für nur ein einziges Social-Media-Angebot entscheiden müssten: Welches dieser Angebote würden Sie weiterhin nutzen?“



# Ist Ihre Zielgruppe auf Facebook?



Im Dezember 2022 waren 43.128.000 Nutzer bei Facebook angemeldet, was einem Anteil von 52,5% der deutschen Bevölkerung entspricht.

Die knappe Mehrzahl davon sind Männer mit 50,1%

Die größte Altersgruppe bilden dabei die 25- bis 34-Jährigen (In Summe 11.700.000 Personen)

Den größten Geschlechterunterschied bildet die Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen

(Nebenstehende Zahlen sind Auszüge aus der Marketing API von Facebook)



social media akademie  
für reise und touristik

# Workflow



# Wie fange ich an? Facebook Workflow

Bevor Sie mit Facebook anfangen, sollten Sie folgende Punkte zur Verfügung haben:

## 1. Social Media Strategie

## 2. Bilder- und Videopool

Falls Sie noch keine Social Media Strategie haben, sollten Sie damit beginnen, bevor Sie sich blind in die Arbeit stürzen.



# Wie fange ich an? Facebook Workflow

Danach geht es an die Umsetzung:

- Redaktionsplan erstellen
- Evtl. Kampagnenplanung über das Jahr verteilt (Frühling, Sommer, Herbst, Weihnachten, Fahrradsaison, Wandersaison, etc.)
- Planung und Umsetzung von kontinuierlichen Content Produktionen (intern/extern)
- Einen ausgewogenen Content-Mix posten



Calendar interface for September 2022. The calendar shows events for various dates, including:

- Monday, 29: 11:55 (Facebook icon)
- Wednesday, 31: 13:20 (Facebook icon), Weltfriedenstag
- Friday, 9: 11:21 (Instagram icon), 11:23 (Facebook icon)
- Saturday, 10: Start des Oktoberfests
- Monday, 13: 15:01 (Instagram icon)
- Wednesday, 15: 18:00 (Facebook icon), 18:04 (Instagram icon)
- Thursday, 16: Start des Oktoberfests
- Saturday, 19: 14:57 (Facebook icon), Internationaler... (Facebook icon)
- Sunday, 20: 11:49 (Instagram icon)

On the right side, under the heading "Ereignisse", there is a lightbulb icon and the text:

**Keine bevorstehenden Ereignisse**  
Für die nächsten 75 Tage gibt es keine bevorstehenden Ereignisse. Erinnerungen zu bevorstehenden Ereignissen siehst du hier.



social media akademie  
für reise und touristik

# Basics

## Aufbau des Profils

Vergewissern Sie sich, dass Sie eine Fan-Seite haben und den Business Manager nutzen

Wählen Sie Ihr Logo als Profilbild

Wählen Sie einen Klarnamen, den man leicht finden kann

Wählen Sie die richtige Kategorie aus

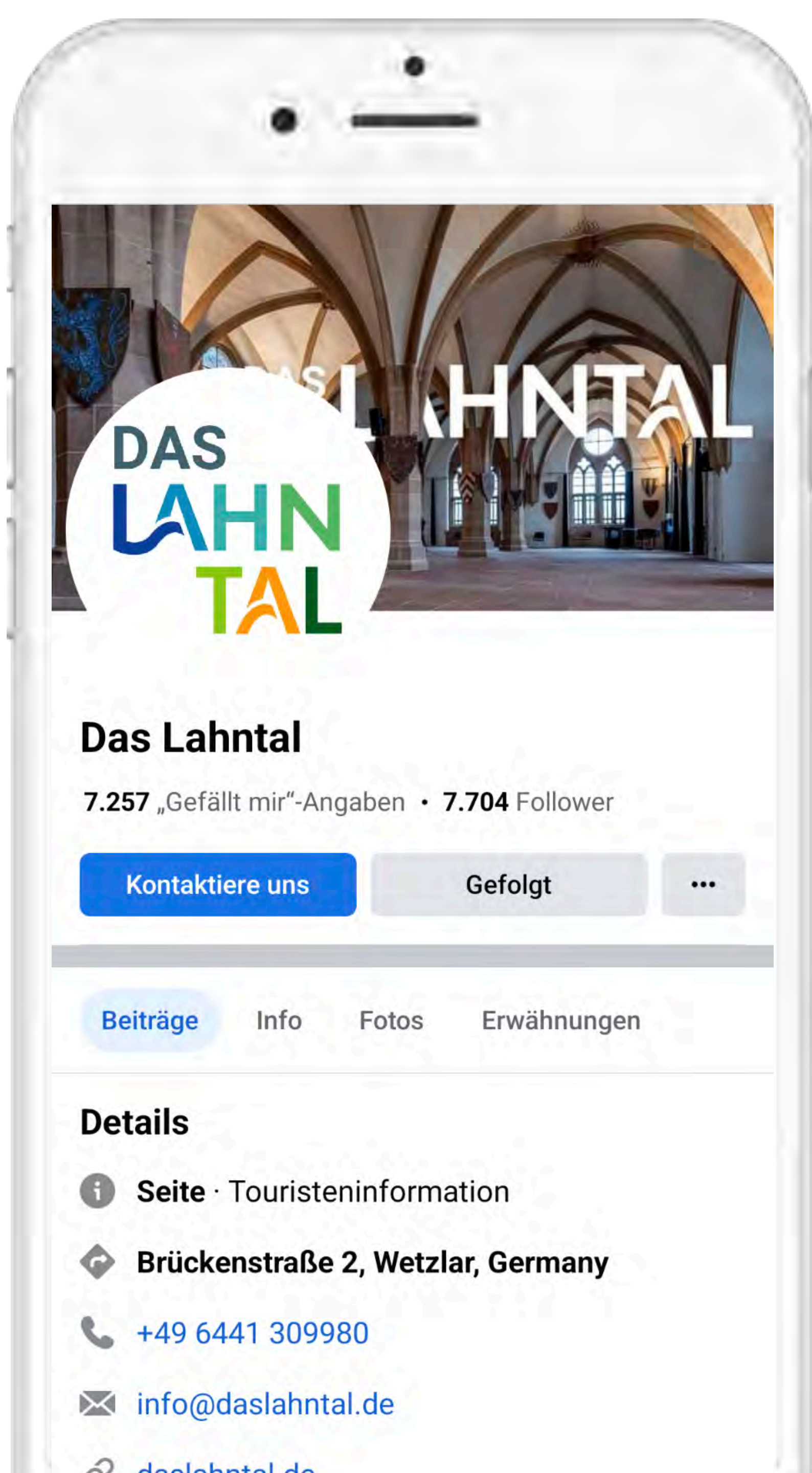
Geben Sie Ihre Kontaktoptionen an - so kann der User Sie erreichen!

Hinterlegen Sie Informationen und Öffnungszeiten

Hinterlegen Sie ein Impressum und Ihren Datenschutz

Ein passendes Titelbild auswählen und dieses auch regelmäßig wechseln

Passenden Action-Button einfügen (Folgen, Jetzt buchen, Nachricht senden, Mehr dazu, etc.)





social media akademie  
für reise und touristik

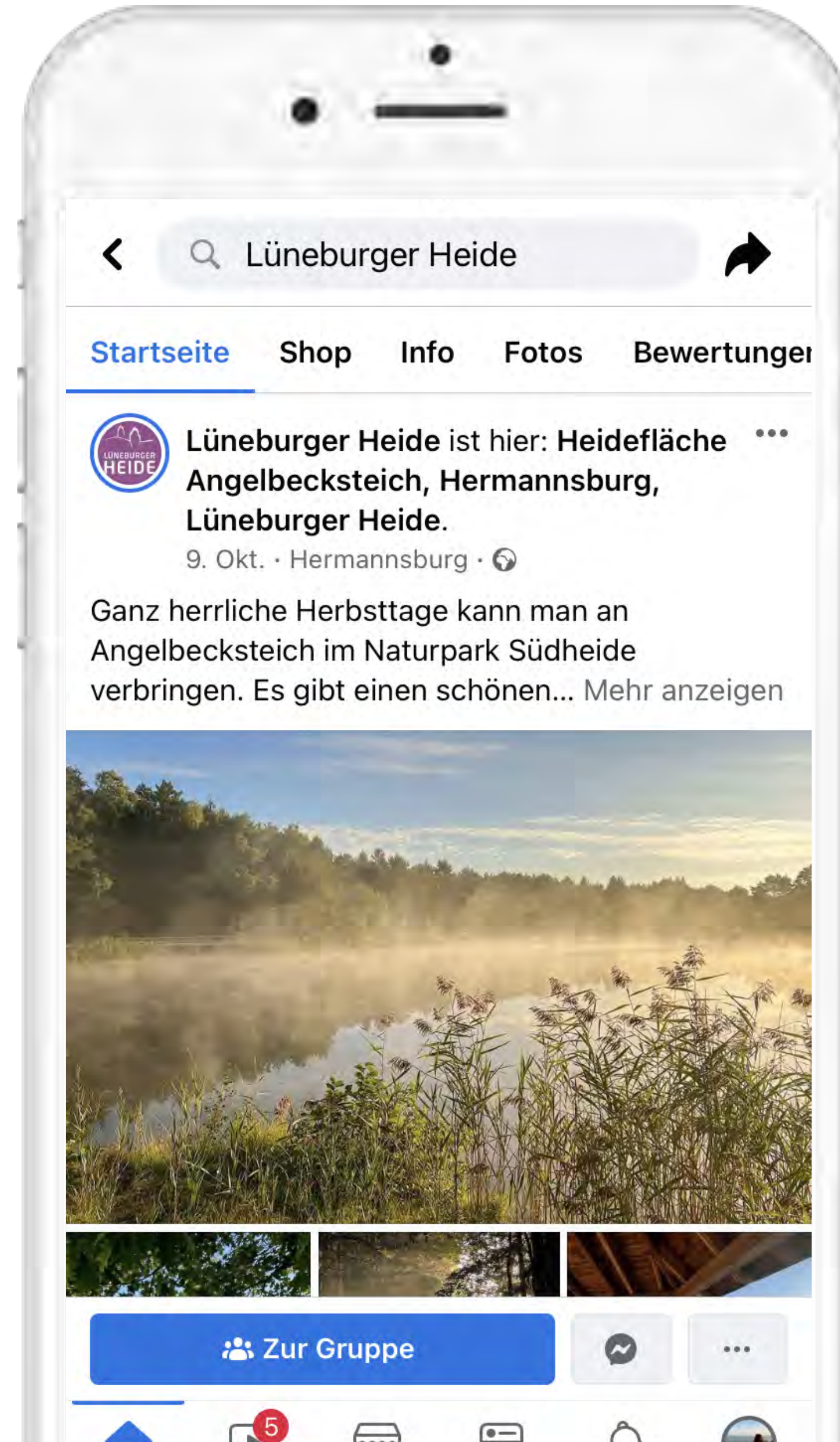
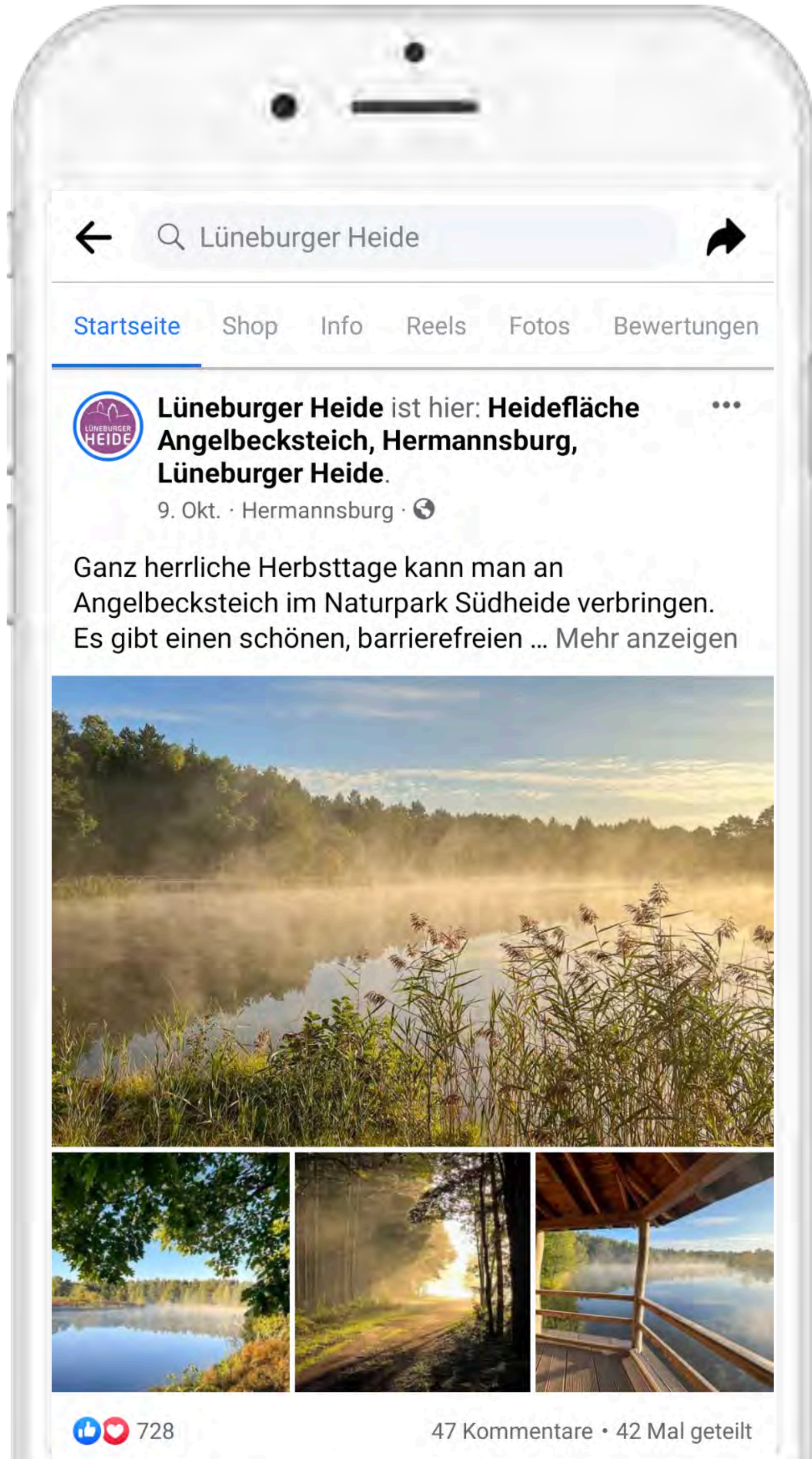
# Feed Post

## - Content Mix -

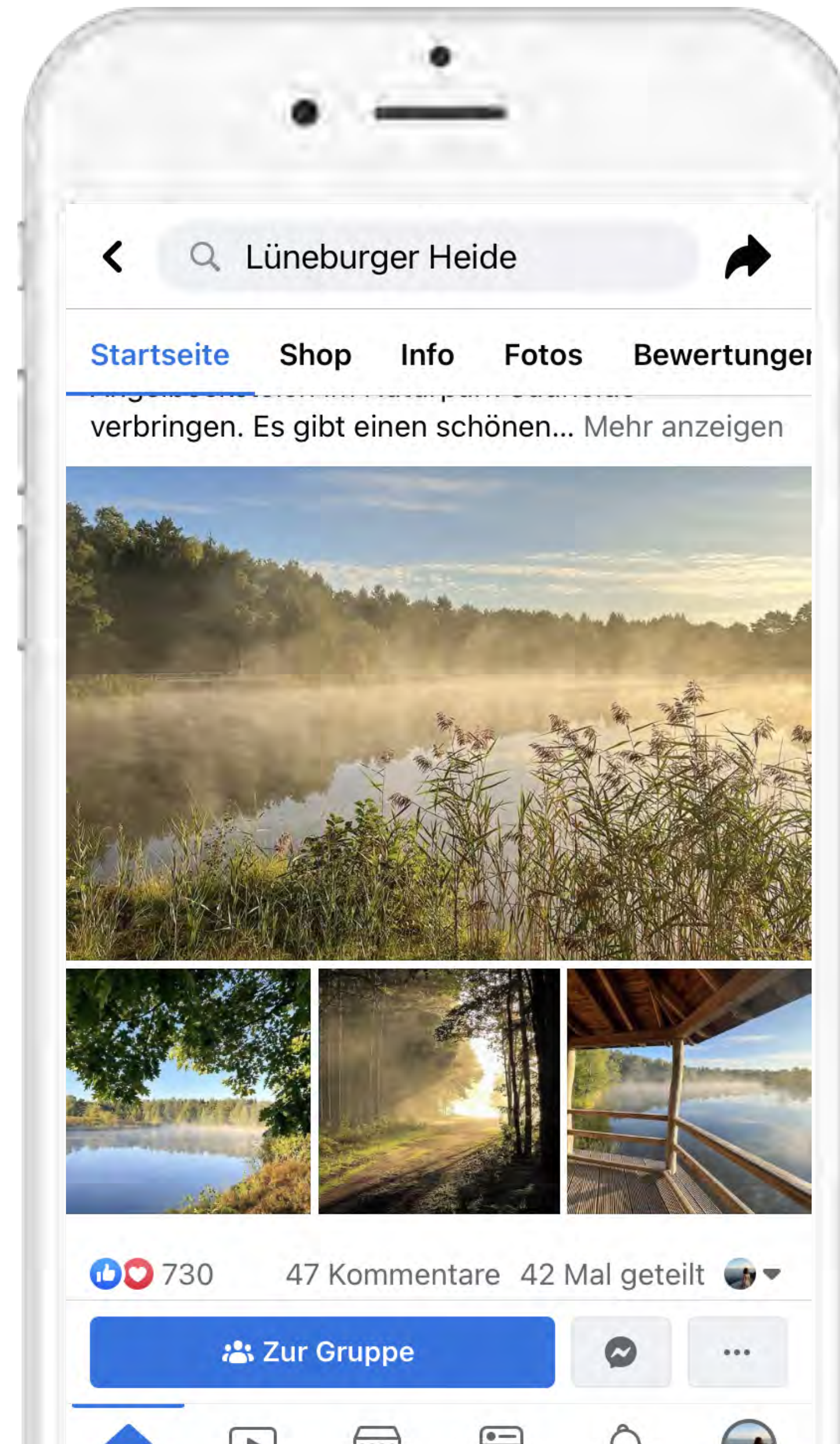
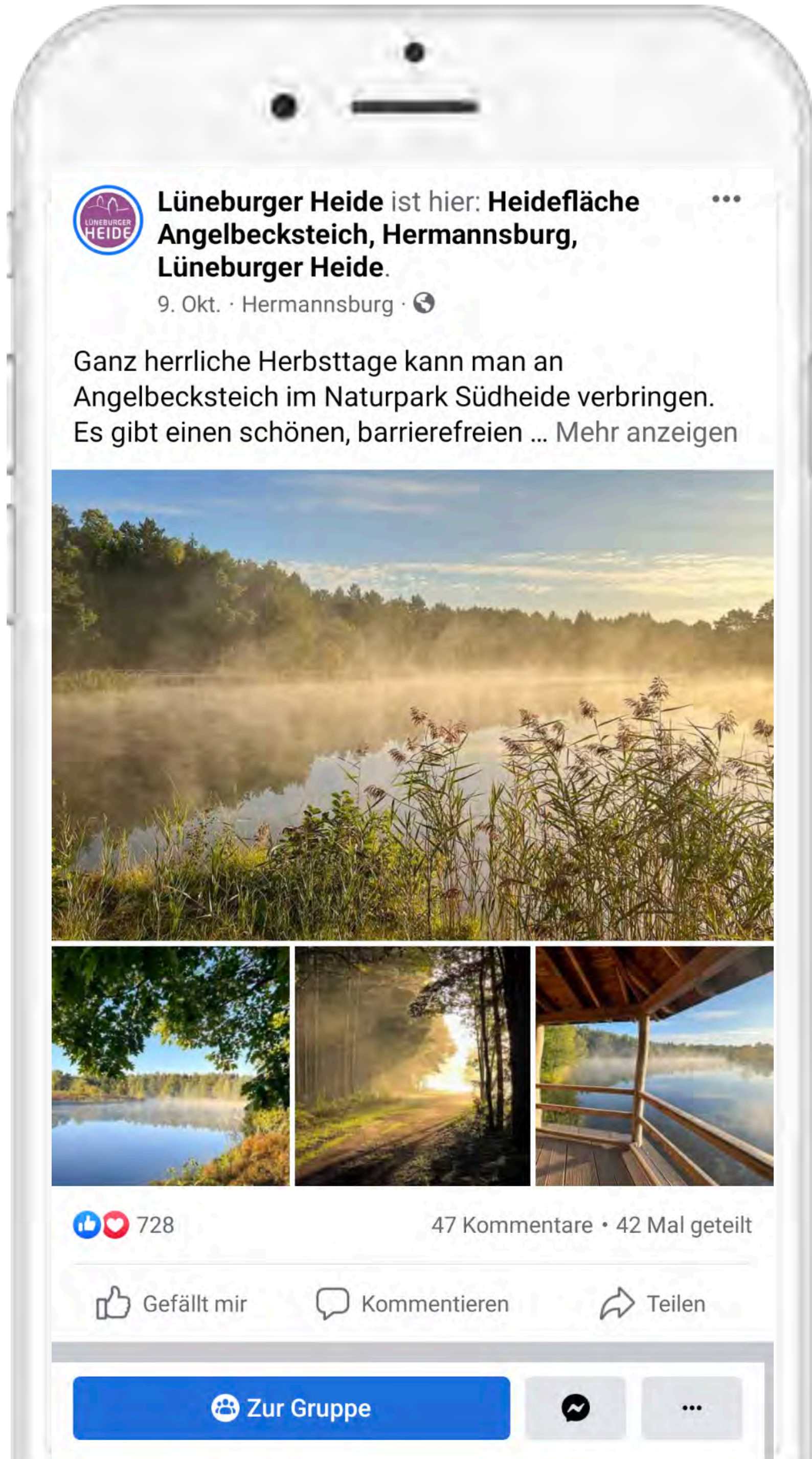
## Herausforderung

Im Gegensatz zu Instagram sind die Facebook Feeds immer gleich aufgebaut. Was zählt ist die Abwechslung um Aufmerksamkeit zu erregen.









## Bild Post

**Hochkantbild** steht im **Fokus** (früher quadratisch)

Auch Fotocollagen mit Text möglich

**3 Textzeilen** in der Vorschau (mobil)

Der Text steht **über dem Bild**


Erwähnen Sie **passende Facebook Accounts im Text**, z.B. Partner die auf dem Bild abgebildet sind.

Platzieren Sie **Links möglichst weit vorne**, damit sie nicht untergehen

**Empfohlene Bildgrößen:**

4:5 - 1200 x 1500 Pixel

1:1 - 1200 x 1200 Pixel

 Dein NRW

2 Tag(e) · 

Inmitten der Eifel wartet dieses ganz besondere Schmuckstück: Monschau. 🍷👉

<https://www.dein-nrw.de/mittelalterli...> Mehr anzeigen



  312

30 Kommentare · 12 Mal geteilt

 Gefällt mir

 Kommentieren

 Teilen

## Bildergalerie

Verschiedene Bildformate können gemischt werden.

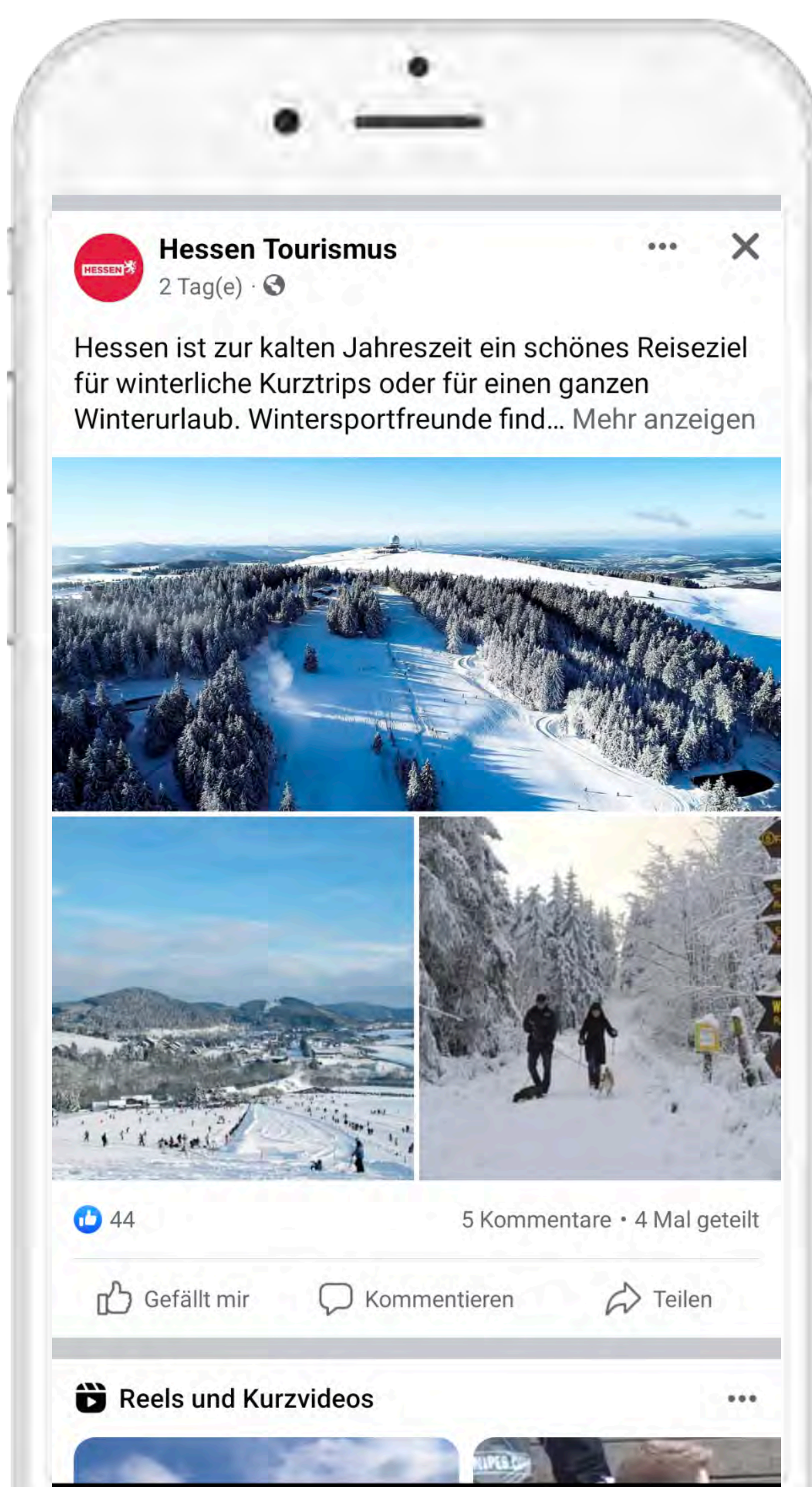
In der Zusammensetzung der Bildergalerie sollte ein **gutes Gesamtbild** entstehen bei dem **jedes einzelne Foto zur Geltung kommt**.

**Max. 4 Bilder** werden angezeigt. Der Rest ist unter dem + zu finden

**3 Textzeilen** in der Vorschau (mobil)

Der Text steht **über den Bildern**

Im Text dazu animieren, die Bilder in voller Größe anzugucken



# Linkvorschau

Macht den Link sehr leicht klickbar

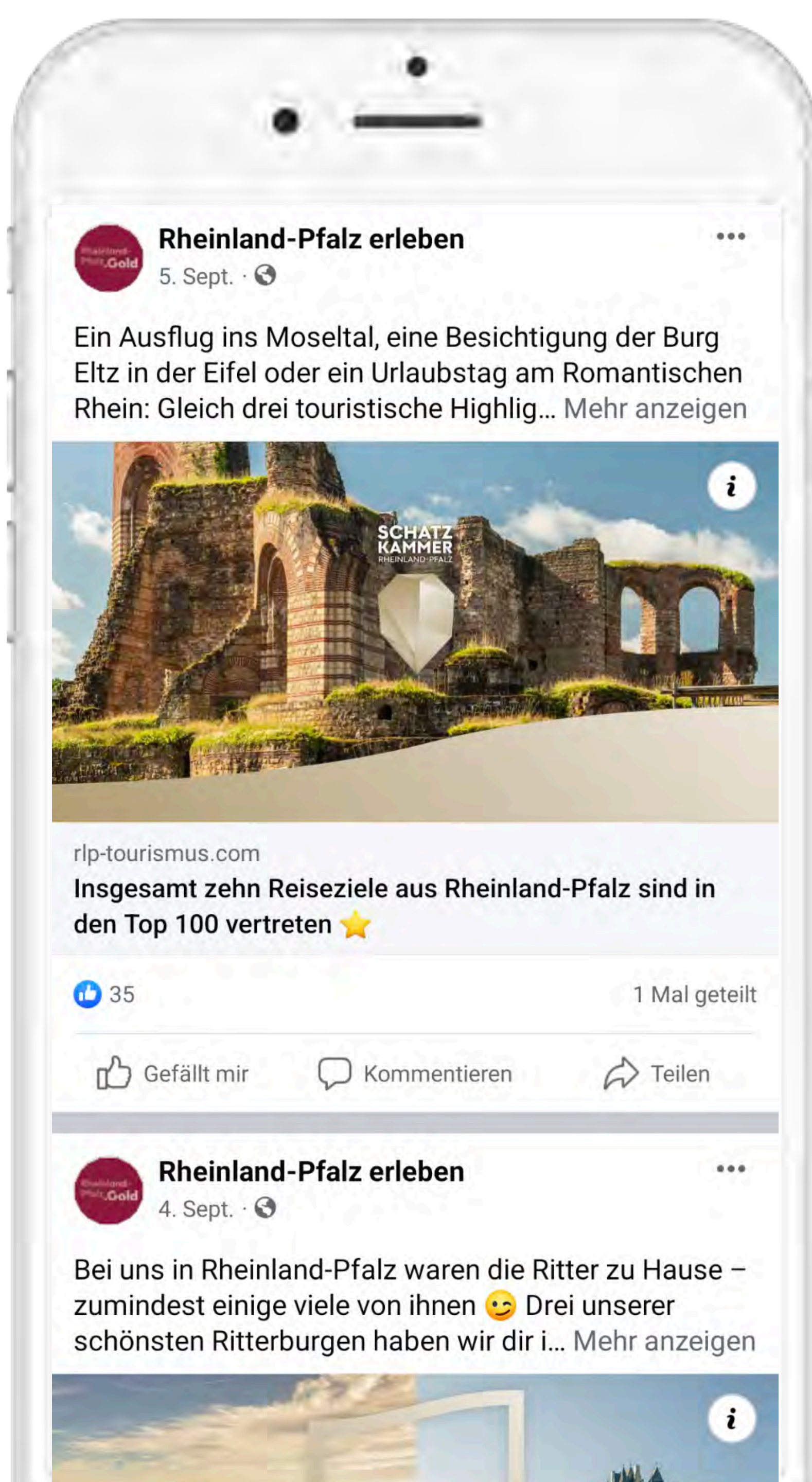
Kein eigenes Bild, sondern das von der Ziel-Webseite

Bei der eigenen Webseite können Sie auf der Webseite das Vorschaubild anpassen

**3 Textzeilen** in der Vorschau (mobil)

Der Text steht **über der Linkvorschau**

Call to Benefit für den Link ist essenziell




## Teilen

Wird von Facebook als reiner Text-Post gewertet


Unterstützt den Grundgedanken hinter Facebook

Der Text steht **über dem geteilten Beitrag**

Sie müssen **immer einen eigenen Text verfassen** und erzählen, warum Sie den Beitrag teilen und warum er interessant ist

 **Dithmarschen Urlaub** 😊 fühlt sich fröhlich ...  
– hier: **Dithmarschen**.  
17. Okt. · 🌐

Juchhu, wir dürfen uns offiziell "Nachhaltiges Reiseziel" nennen 🥳 - und möchten uns gemeinsam mit unseren Dithmarscher Partnerbetrieben zukunftsfähig weiterentwickeln. Mehr Infos 👉  
[www.echt-dithmarschen.de/nachhaltig-unterwegs/](http://www.echt-dithmarschen.de/nachhaltig-unterwegs/)

 **TourCert**  
12. Okt. · 🌐

In der Tourismusregion [#Dithmarschen](#) (Schleswig-Holstein) gab es Grund zu feiern, nachdem die Region erfolgreich die Zerti... Mehr anzeigen



## Text Post

Empfehlen wir in der Regel nicht, weil er nicht auffällt

Mit der Möglichkeit Text auf einem Hintergrund zu gestalten, bieten sich neue Optionen

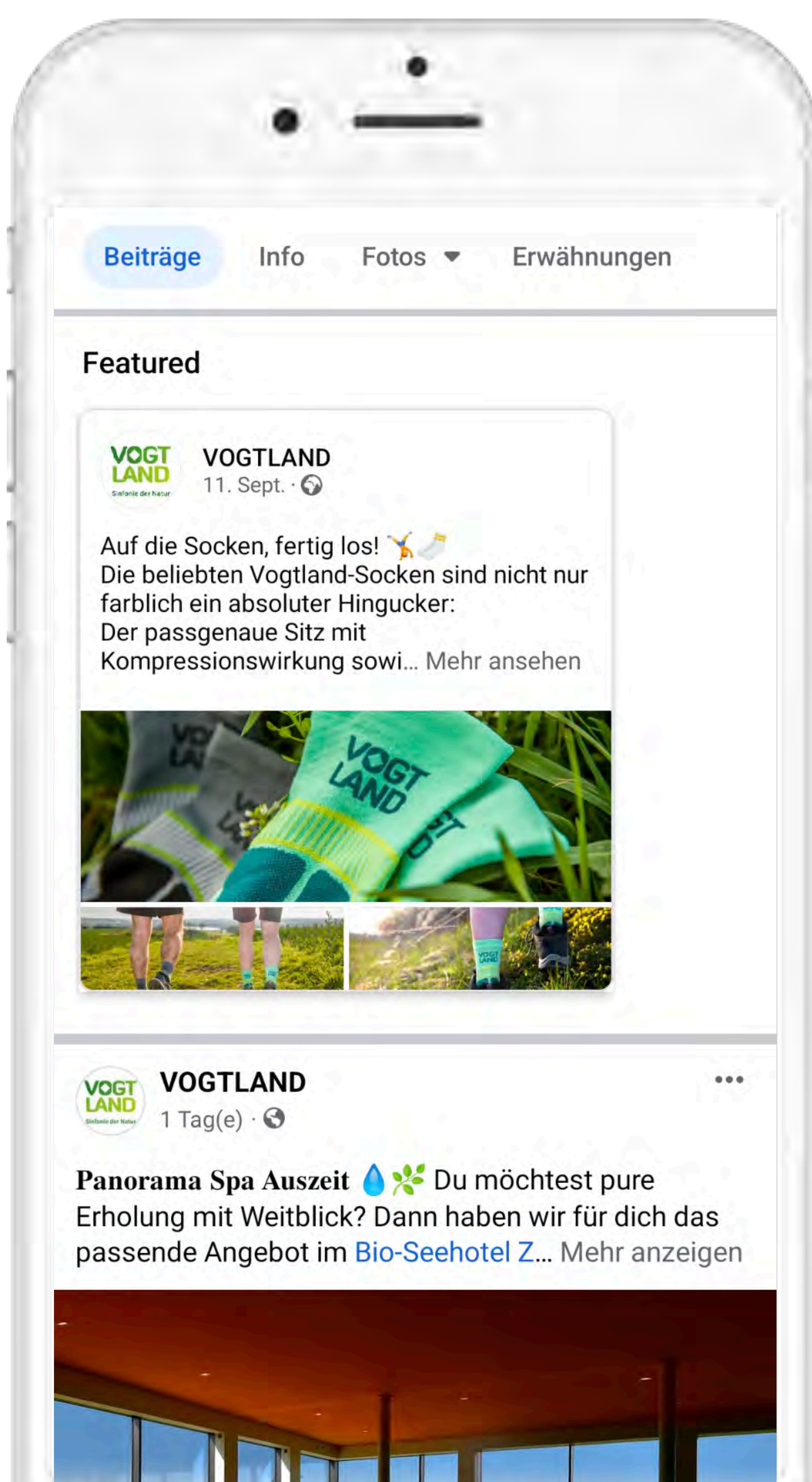
Wählen Sie einen einfarbigen und zur CI passenden Hintergrund

Kurz und knackig formulieren

Fragen sorgen für Interaktion und Kommentare







## Featured

Sie haben eine wichtige Information, die ganz oben in Ihrem Profil-Feed stehen soll? Dann nutzen Sie die „Featured“-Funktion.

Allerdings sollten die Beiträge nicht zu alt sein!

Auch Veranstaltungen, Speisekarten, etc. können bei Featured platziert werden.



# Video



## Videos

Facebook versucht mit den Jahren immer mehr eine Videoplattform zu werden bzw. diesen Teil in die Plattform zu integrieren.

Videos haben einen extra Bereich beim Posten, in dem wirklich das Video an erster Stelle steht.

Im „Watch“-Feed können Videos und Lives angeschaut werden.

# Videos

## 2 Textzeilen in der Vorschau

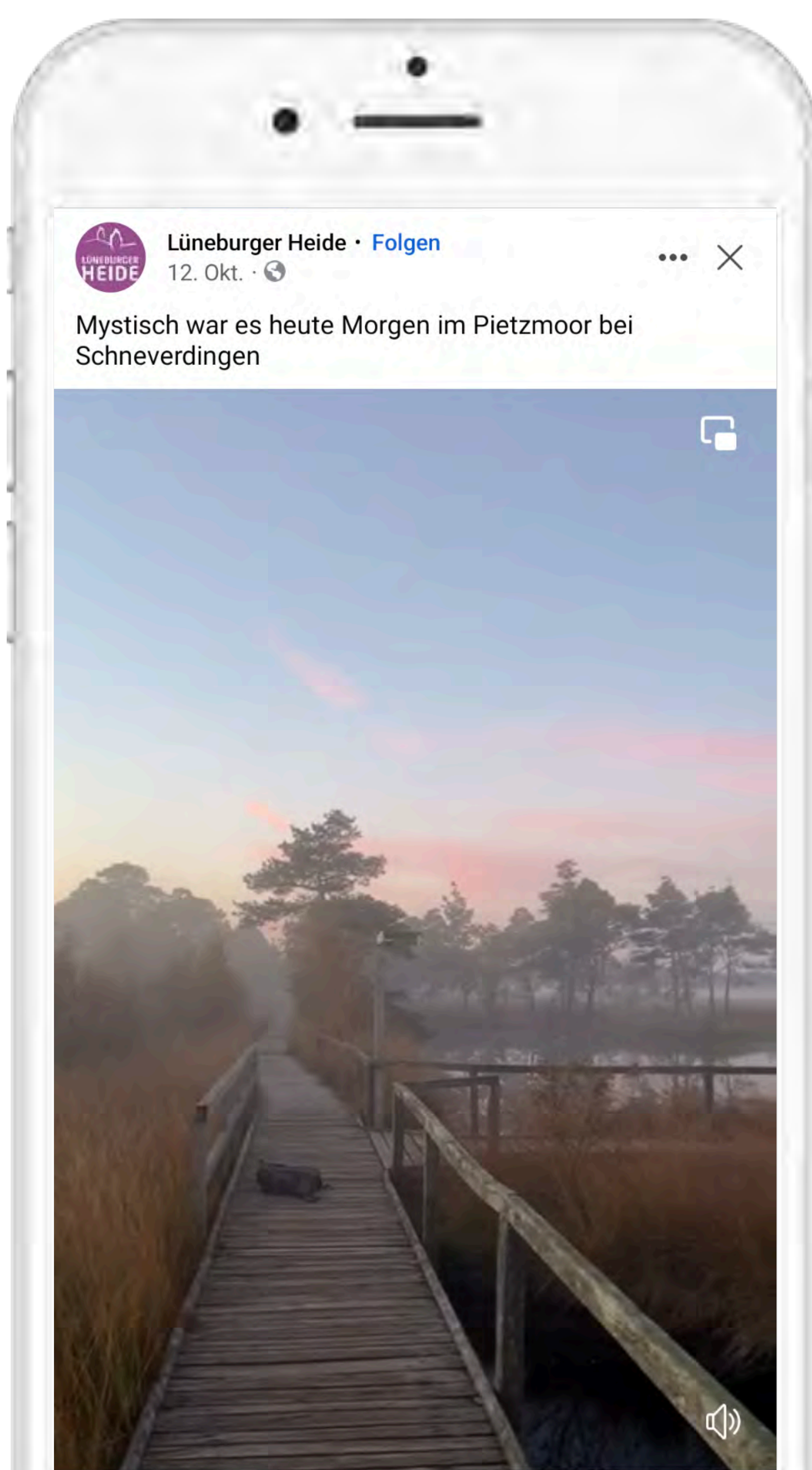
Der Text steht **über dem Bild**

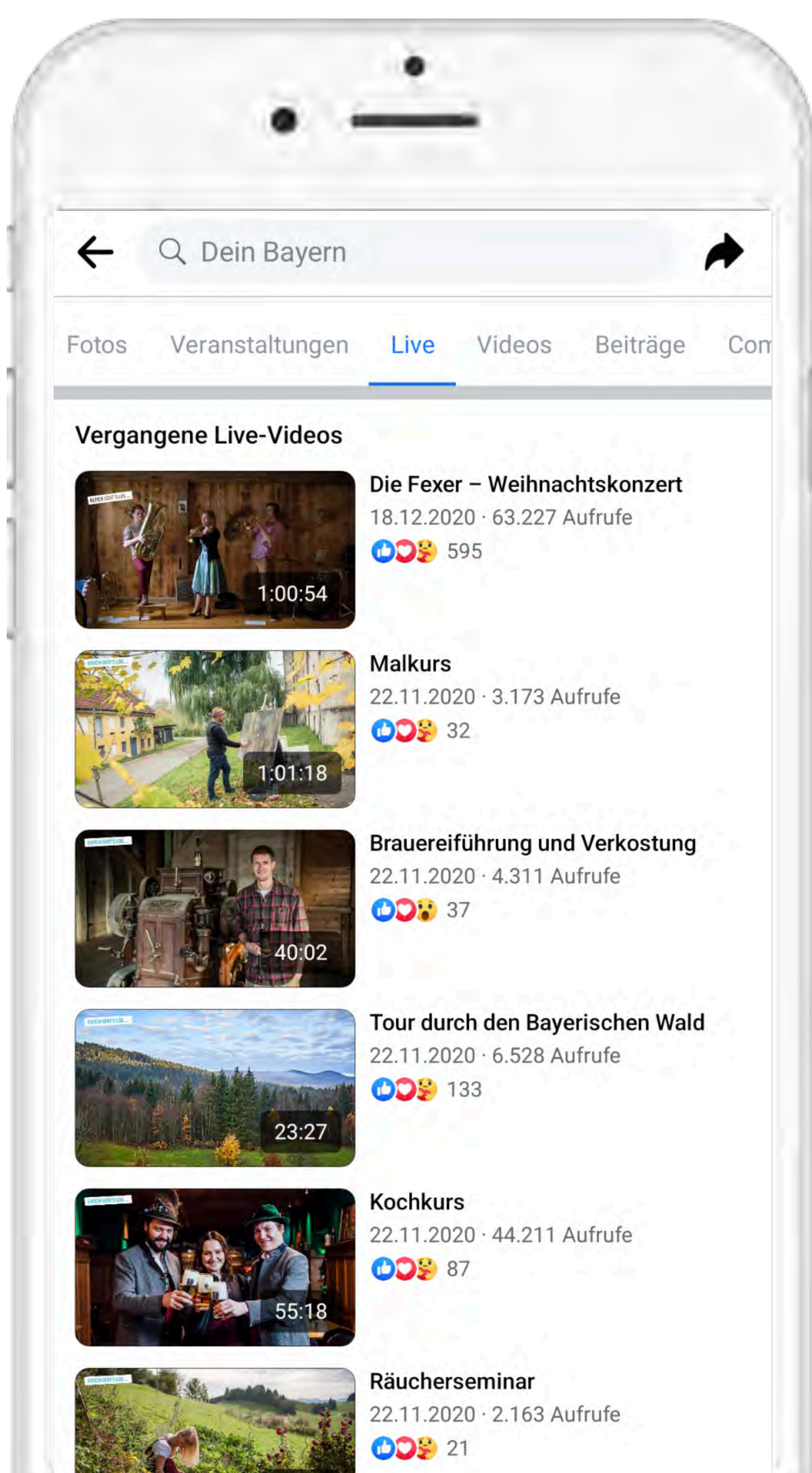
Verlinken Sie **passende Facebook Accounts**, z.B. Partner die im Video vorkommen

Geben Sie das Video zum erneuten Posten für die beteiligten Partner frei

Platzieren Sie Links möglichst weit vorne, damit sie nicht untergehen

Untertitel auch automatisch erstellen und einfügen aber immer kontrollieren!





## Lives

Folgen dem Grundgedanken von Facebook sich zu vernetzen und eine Gemeinschaft zu sein

Verschiedene Möglichkeiten: Interviews, Veranstaltungen, Q&As, Urlaub zu Hause

Stärkt die Community und Sie erhalten direktes Feedback von Ihrer Zielgruppe



social media akademie  
für reise und touristik

# Story

## Story

**Mehrere Sequenzen** jeweils 15 Sekunden

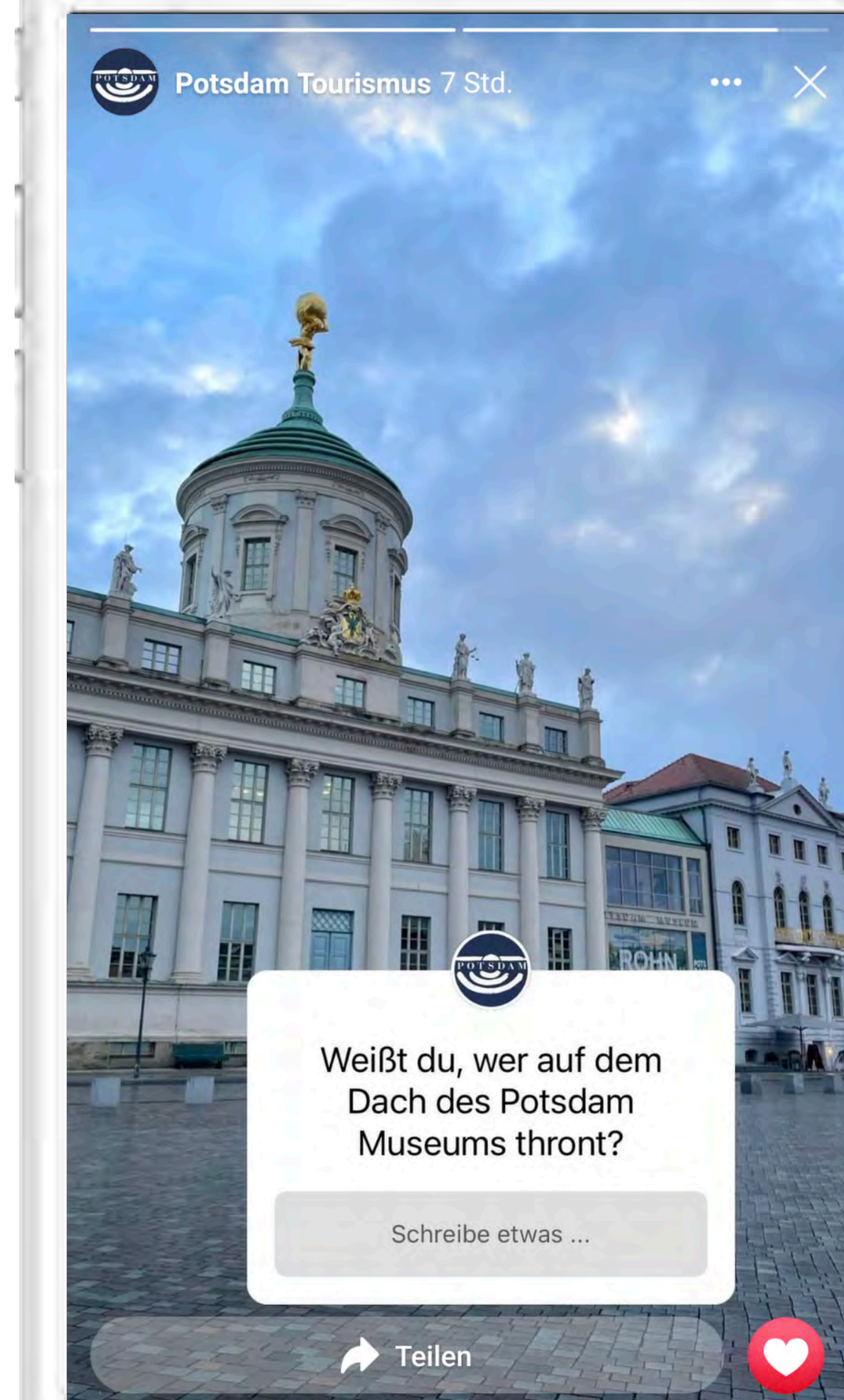
Immer **hochkant**

Lebt von **Interaktion** und **Reaktion** - verwenden Sie **Sticker mit Umfragen**

Verschiedene optische Herangehensweisen möglich:

**Vorlage**, auf der z.B. nur Links hinzugefügt werden

**Keine Vorlage**, dennoch jedes Mal die gleiche Schrift/Farbe/etc.





social media akademie  
für reise und touristik

# Reels



## Reels

Nach Instagram hat auch Facebook Reels eingeführt. Das passt zur Video-Idee der Plattform. Der Erfolg der Facebook-Reels bleibt aber bisher aus. Die Facebook Nutzer und Nutzerinnen scheinen etwas anderes zu wollen.

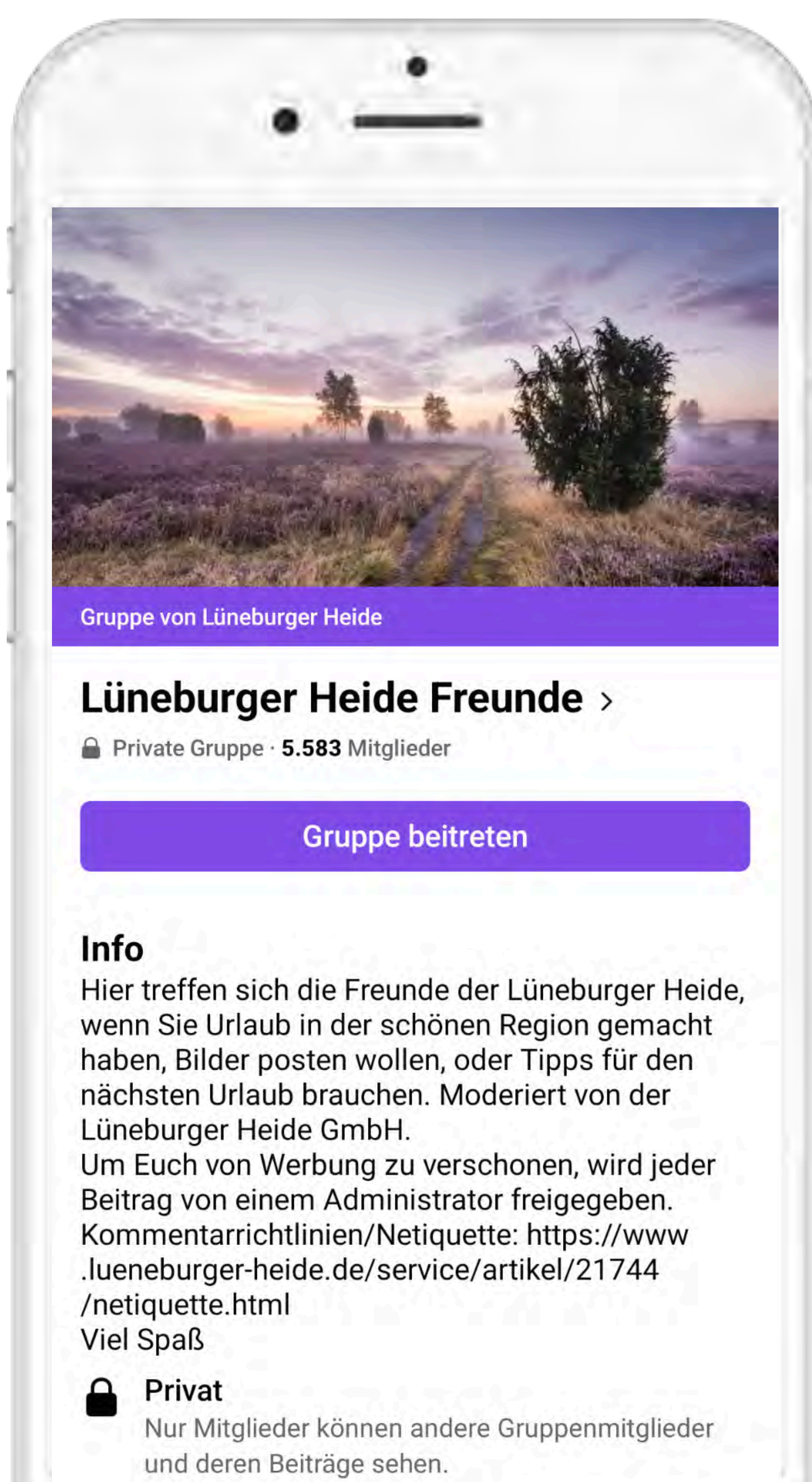
Dennoch lohnt es sich, die Reels im Blick zu behalten und bei der eigenen Zielgruppe auszuprobieren.





social media akademie  
für reise und touristik

# Gruppen



## Gruppen

### Verbinde Dich!

Raum schaffen, dass sich die Zielgruppe vernetzt

Sie sind kein Entertainer in der Gruppe, sondern Moderator

Aufpassen, dass die Gruppe nicht den Traffic von der Hauptseite nimmt

Ab und an Vorteile für die Gruppenmitglieder bieten



social media akademie  
für reise und touristik

# Veranstaltungen

## Veranstaltungen

Bei Ihnen steht eine Veranstaltung bevor, dann muss sie auf Facebook bekannt gemacht werden

Das Foto und der Name müssen direkt überzeugen

Die Beschreibung sollte einladend sein und gleichzeitig alle wichtigen Informationen enthalten

Machen Sie anschließend in weiteren Posts auf die Veranstaltung aufmerksam



28. SEPT. – 26. NOV.

### Herbstspaziergang Bad Elster · Führung durch die »Königlichen Anlagen«

Königliches Kurhaus Bad Elster · Bad Elster

★ Interessiert

➦ Teilen



🕒 60 Tage

👤 7 interessiert · 2 Mal geteilt

🚩 Veranstaltung von **Königliches Kurhaus Bad Elster, Touristinformation Bad Elster** und 2 weiteren Personen

📍 **Königliches Kurhaus Bad Elster**  
Badstr. 25, 08645 Bad Elster · 240 km

🎫 Tickets  
chursaechsische.de

🌐 Öffentlich · Jeder auf und außerhalb von Facebook

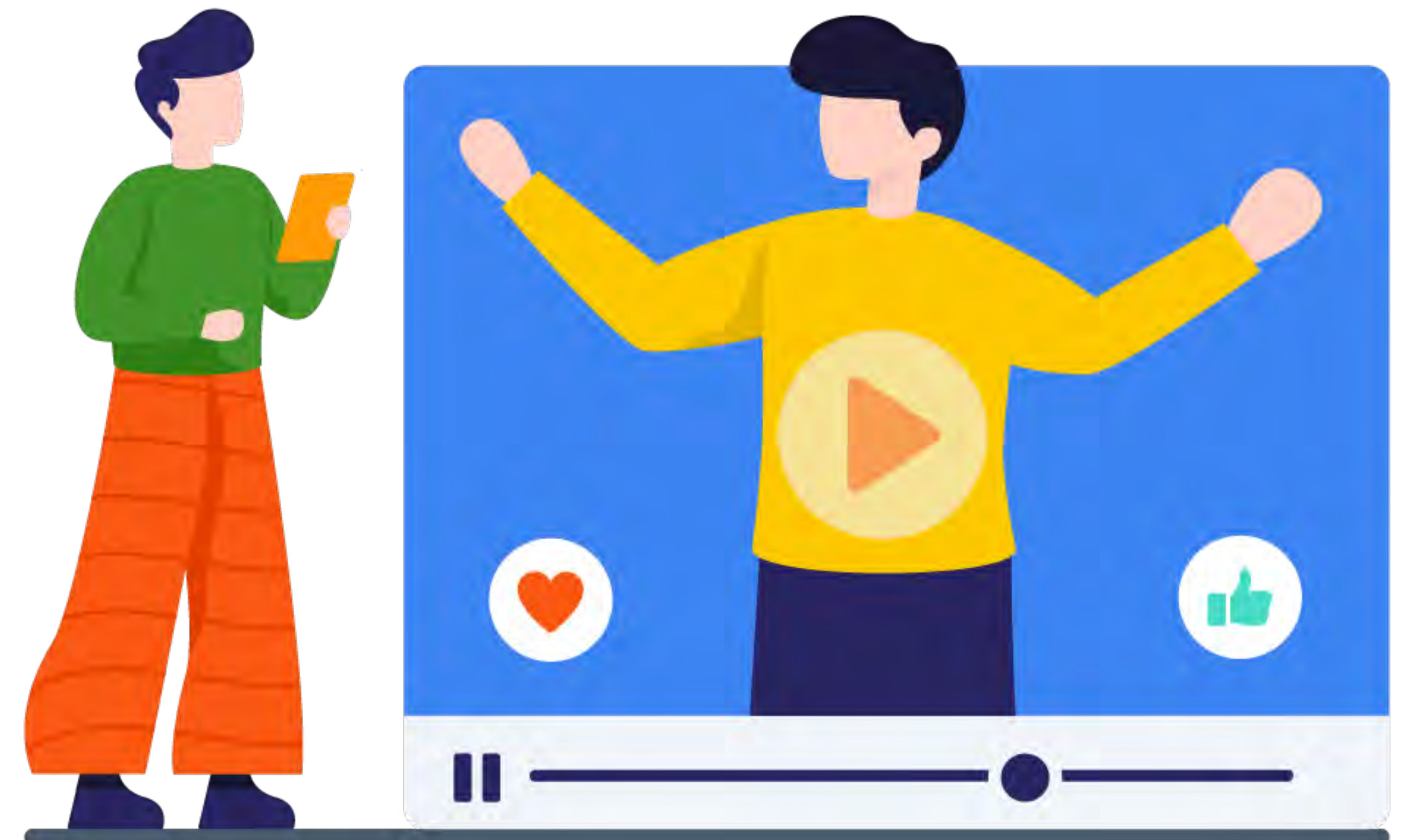
# Kostenpflichtige Online Veranstaltungen

Im Rahmen der Facebook Monetarisierung

Nutzer zahlen „Eintritt“ um an der  
Online Veranstaltung teilnehmen zu können

In einem Live-Stream können Events digitalisiert  
oder extra Inhalte geboten werden

[www.smart-workshops.de/2022/06/  
kostenpflichtige-online-veranstaltungen/](http://www.smart-workshops.de/2022/06/kostenpflichtige-online-veranstaltungen/)





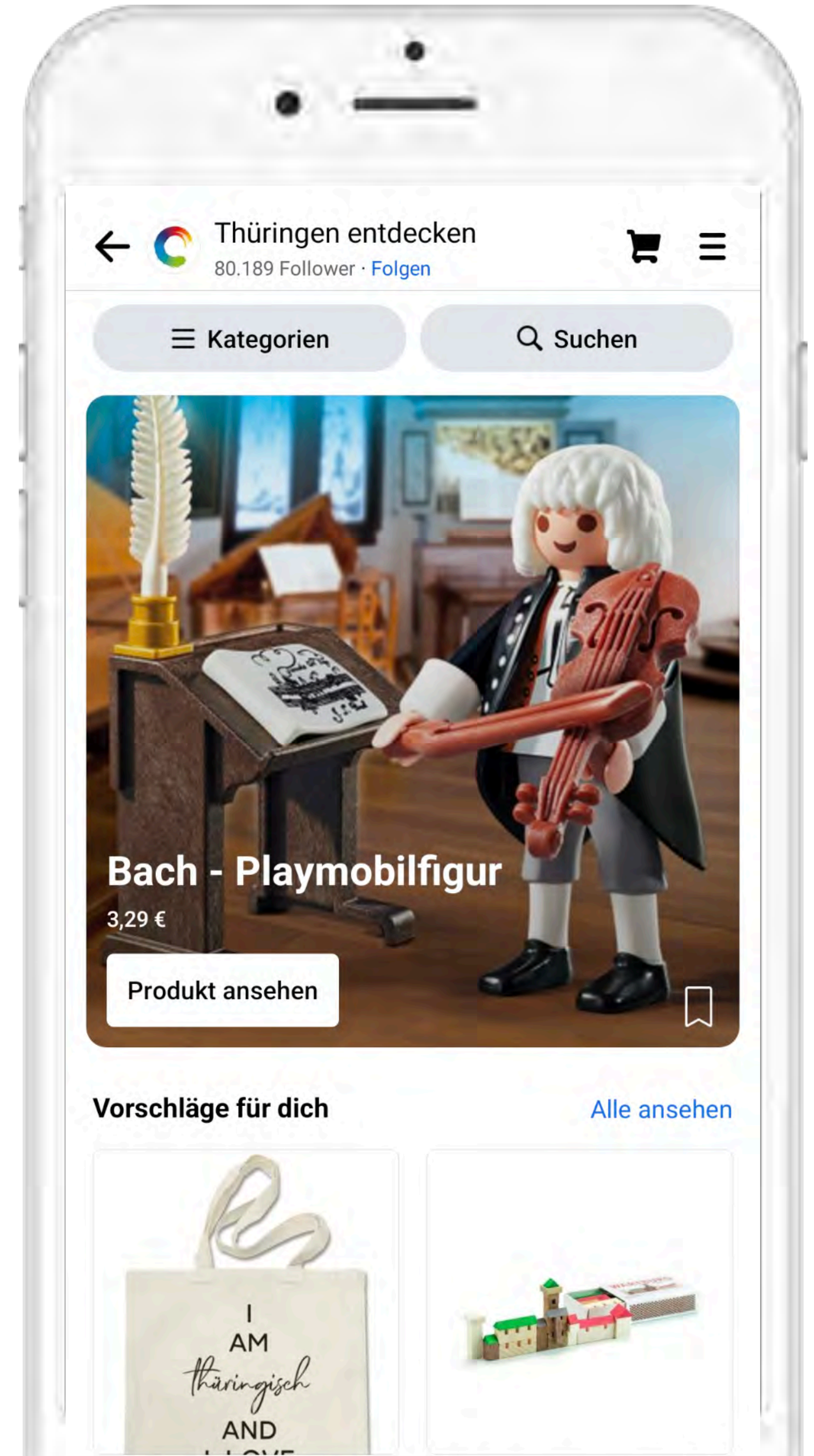
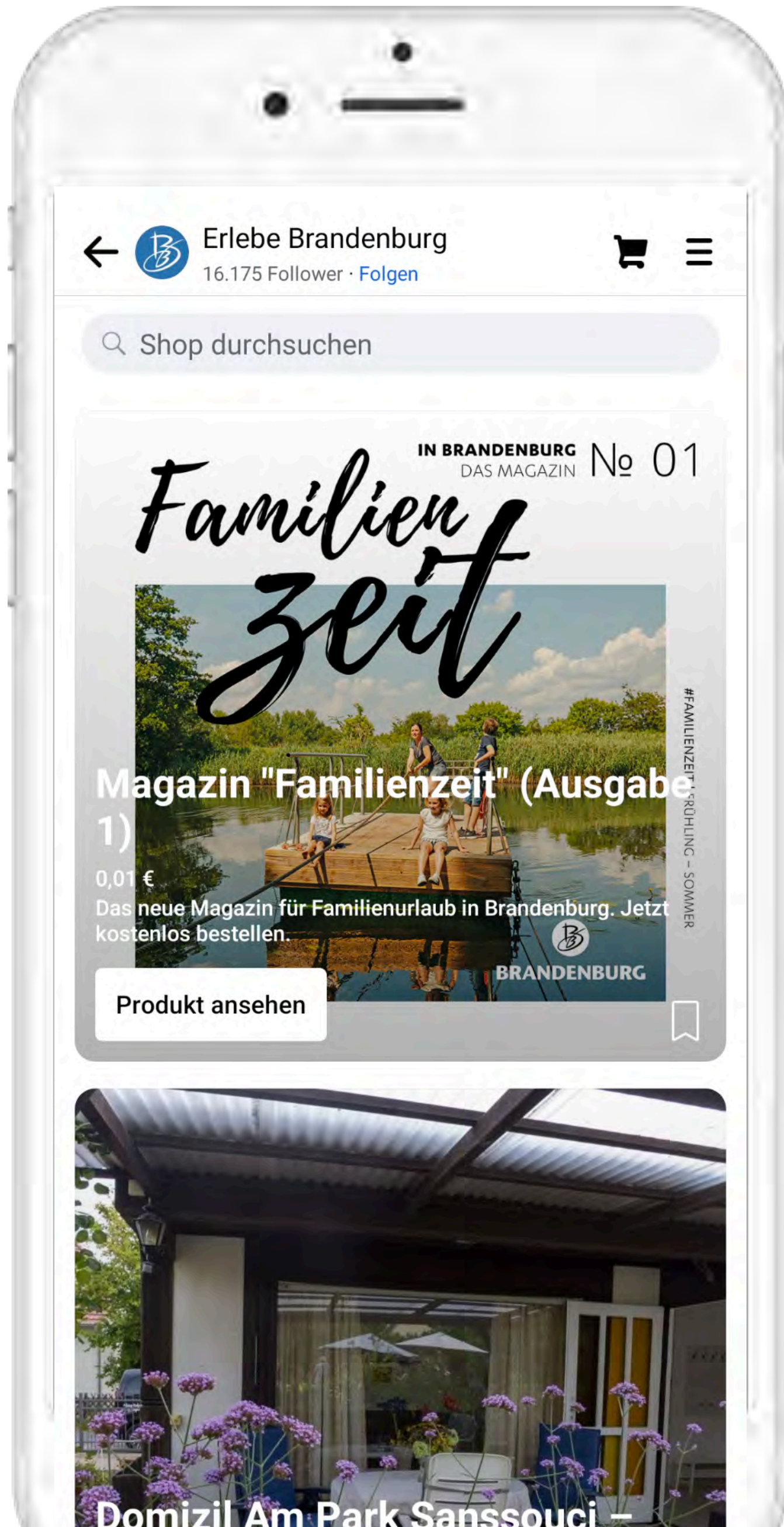
social media akademie  
für reise und touristik

# Shop

## Shop

Ein Shop auf Facebook kann Reisen, Angebote oder Merchandise innerhalb des sozialen Netzwerks sichtbar und kaufbar machen.

Sie können Angebote hervorheben, die sonst eher untergehen oder nicht direkt wahrgenommen werden.





social media akademie  
für reise und touristik

# Community Management



# Facebook ist keine Einbahnstraße

## Schaffen Sie sich eine lebendige Community auf Facebook:

Regen Sie zum Mitmachen an in Feedposts, Storys und Reels.

Sie bekommen direktes Feedback auf Aktionen und Angebote. Arbeiten Sie damit.

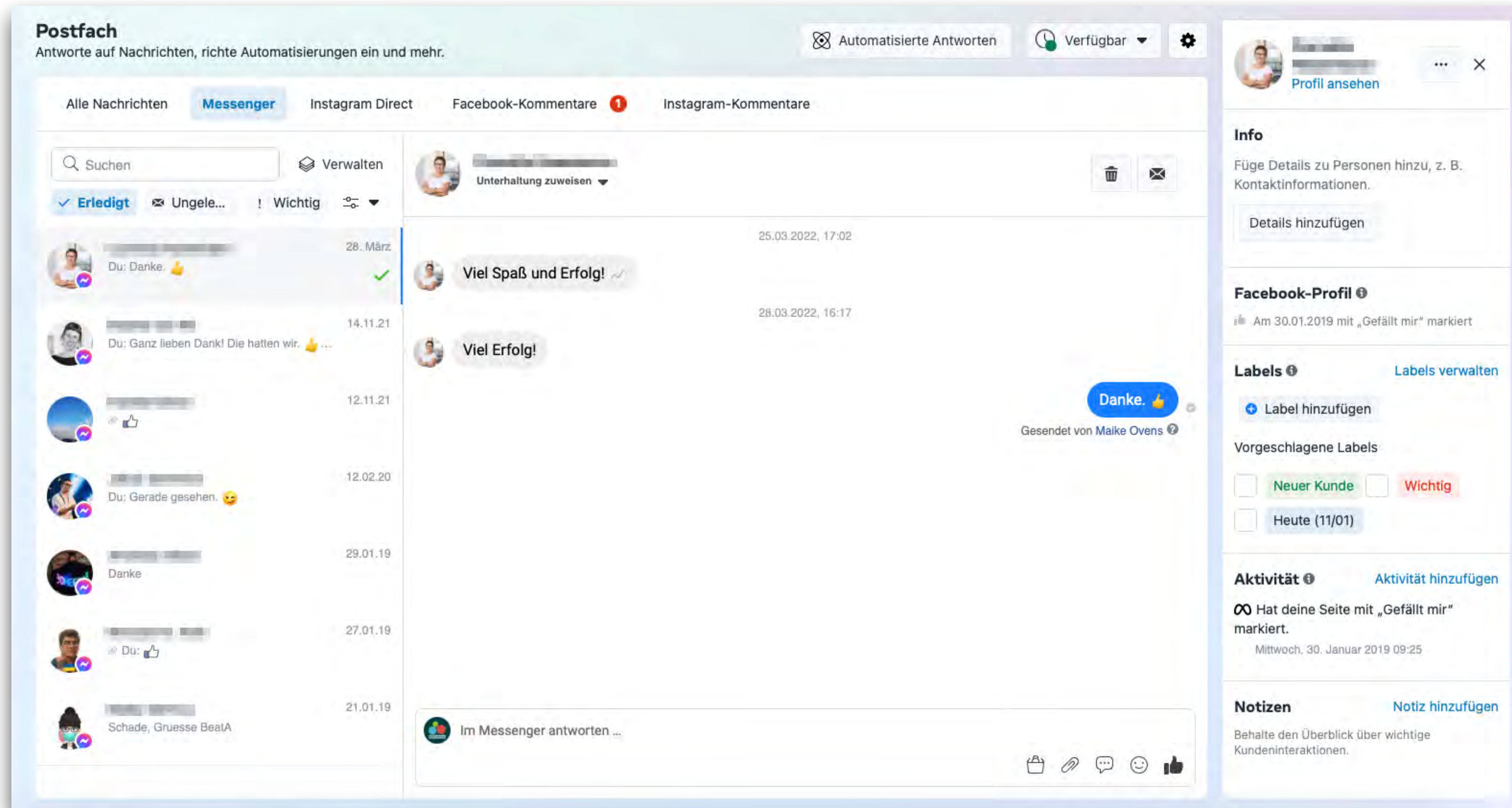
Geben Sie Informationen weiter, die sie auf keinem anderen Kanal in der Form haben.

Antworten Sie auf Kommentare.

Gehen Sie selber in den Dialog auf anderen Profilen.



# Postfach



**Postfach**  
Antworte auf Nachrichten, richte Automatisierungen ein und mehr.

Automatisierte Antworten Verfügbar

Alle Nachrichten **Messenger** Instagram Direct Facebook-Kommentare **1** Instagram-Kommentare

Suchen Verwalten

Erledigt Ungele... Wichtig

28. März  
Du: Danke. 🙌

14.11.21  
Du: Ganz lieben Dank! Die hatten wir. 🙌 ...

12.11.21  
👍

12.02.20  
Du: Gerade gesehen. 😊

29.01.19  
Danke

27.01.19  
Du: 👍

21.01.19  
Schade, Gruesse BeatA

Unterhaltung zuweisen

25.03.2022, 17:02  
Viel Spaß und Erfolg! 🙌

28.03.2022, 16:17  
Viel Erfolg!

Danke. 🙌  
Gesendet von Maike Ovens

Im Messenger antworten ...

**Info**  
Füge Details zu Personen hinzu, z. B. Kontaktinformationen.  
Details hinzufügen

**Facebook-Profil**  
Am 30.01.2019 mit „Gefällt mir“ markiert

**Labels** Labels verwalten  
Label hinzufügen  
Vorgeschlagene Labels  
 Neuer Kunde  Wichtig  
 Heute (11/01)

**Aktivität** Aktivität hinzufügen  
Hat deine Seite mit „Gefällt mir“ markiert.  
Mittwoch, 30. Januar 2019 09:25

**Notizen** Notiz hinzufügen  
Behalte den Überblick über wichtige Kundeninteraktionen.





# Automatische Antworten im Messenger

Postfach > **Automatisierte Antworten** + Automatisierung einrichten

## Automatisierungen

Richte automatisierte Funktionen ein, um deine Unterhaltungen zu verwalten und deine Workflows zu optimieren. So hast du mehr Zeit, dich auf dein Unternehmen zu konzentrieren.

### Vorschläge für dich ^

 <p><b>Sofortantwort</b> Sende eine Begrüßung als Antwort, wenn jemand dir zum ersten Mal...</p> <p><b>Personen begrüßen</b></p> <p>Ausprobieren</p>	 <p><b>Abwesenheitsnotiz</b> Antworte auf eine Nachricht, wenn du abwesend bist.</p> <p><b>Personen begrüßen</b></p> <p>Ausprobieren</p>	 <p><b>Bewerbung erhalten</b> Sende eine Bestätigungsnachricht, wenn du eine Bewerbung erhältst.</p> <p><b>Bestätigung senden</b></p> <p>Ausprobieren</p>	 <p><b>Terminerinnerungen</b> Sende 24 Stunden vor einem vereinbarten Termin eine...</p> <p><b>Später erledigen</b></p> <p>Ausprobieren</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## WhatsApp Verknüpfen

Mit einem WhatsApp Business Account gibt es noch andere Kommunikationsmöglichkeiten als den Facebook Messenger

Sie haben dann bei Posts immer wieder die Möglichkeit die Kontaktaufnahme per WhatsApp zu bewerben

Kann die Kommunikation vereinfachen und beschleunigen



# Mögliche Interaktionen der User

Likes und Reaktionen

Kommentare

Geteilte Inhalte

Link-Klicks

Andere Klicks (z.B. „Mehr Anzeigen“)

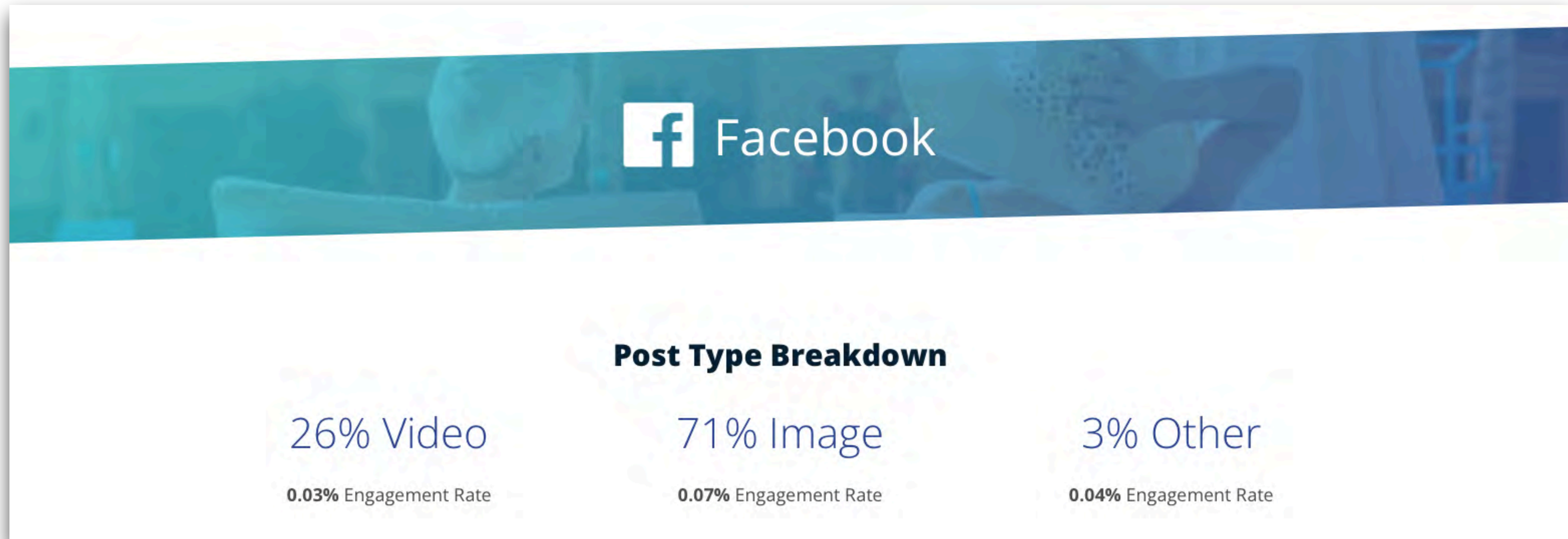
Foto Aufrufe

3-sekündige Videoaufrufe

1-minütige Videoaufrufe



# Interaktions Rate





social media akademie  
für reise und touristik

# Hate Speech

# Schöne und positive Kommentare



**Rundum super  
Wochenendurlaub!**  
Danke für die  
Ausflugstipps.

**Klasse!** Leider war in der  
Touristinformation sehr  
viel los und wir mussten  
lange warten.





# Leicht bis stark negative Kommentare



Den Urlaub hatten wir uns anders vorgestellt.

## **Absolute Katastrophe!**

So viele Touristen und künstliche Kultur. Wir kamen uns vor wie in Disney World.



# Tipps für den Umgang

## Aktives Krisenmanagement und transparente Informationspolitik

Ehrliches Eingestehen von Fehlern (aber seriös)

Kritiker im Kommentar direkt ansprechen

Kommunikation, wenn möglich aus der Öffentlichkeit lenken

Trotzdem immer den ersten Lösungsansatz öffentlich machen

Konkrete Lösungen anbieten

Transparenz zeigen und Hintergründe erläutern

**Potentielle Krisenherde im Vorfeld definieren**





social media akademie  
für reise und touristik

# Werbung auf Facebook

**Neue Kampagne erstellen** Neue Anzeigengruppe oder Anzeige

★ Du kannst jetzt aus 6 vereinfachten Zielen auswählen

Wir haben die **Kampagnenziele aktualisiert**, damit du noch leichter eins findest, das deinen Unternehmenszielen entspricht. Das bedeutet für dich:

- Funktionen und Features bleiben gleich
- Vorhandene Kampagnen werden aktuell nicht geändert

Wir helfen dir dabei, ein neues Ziel zu finden, das deinem bisherigen entspricht.

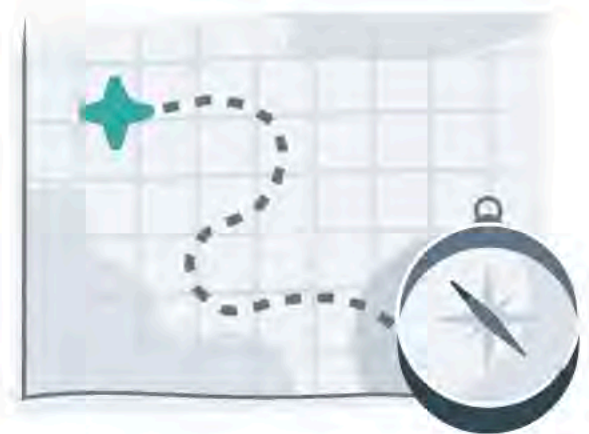
Ziel finden

**Buchungsart**

Auktion

**Kampagnenziel auswählen**

- Bekanntheit
- Traffic
- Interaktionen
- Leads
- App-Promotion
- Umsatz



Dein Kampagnenziel ist das Geschäftsziel, das du mit dem Schalten deiner Anzeigen anstrebst. Fahre mit der Maus über jedes einzelne Ziel, um mehr darüber zu erfahren.

Mehr dazu Abbrechen Weiter

# Werben auf Facebook

Um weiterhin eine gute Reichweite auf Facebook zu behalten, sollten das ganze Jahr über Anzeigen geschaltet werden

Die Möglichkeiten der verschiedenen Anzeigen sind riesig - Sie können sie genau auf Ihre Zielgruppen ausrichten

Die Anzeigen sollten immer im Werbeanzeigenmanager erstellt werden - Hier können Sie die Anzeigen gleichzeitig auf Facebook und Instagram planen, die Texte und Bilder/Videos dem entsprechenden Bereich der Kanäle anpassen und am besten überwachen und anpassen

Planen Sie besondere Kampagnen die einen Mehrwert mit einem besonderen Link haben, den Sie nachverfolgen können

Richten Sie Funnels ein und verfolgen Sie evtl. Verkäufe Ihrer Produkte auf der Webseite

Bei Anzeigen sind besonders Videos gefragt

Phantasia Land  
Gesponsert

Erlebe den sonnigen Herbst im Phantasia Land. Entdecke einzigartige Attraktionen, tauche ein in Welten voller Phantasie und schaf... Mehr anzeigen



shop.phantasialand.de  
Entdecke einzigartige Themenwelten

Mehr dazu

facebook

EDEKA Märkte Habig.

EDEKA Märkte Habig  
Gesponsert

Wir suchen Sie als Marktleiter/in (m/w/d) zur Verstärkung für unsere Edeka Habig-Märkte! ... Mehr anzeigen

edeka-habig-karriere.de  
Marktleiter/in (m/w/d) bei Edeka Habig gesucht!

Mehr dazu



11 9 Mal geteilt  
Gefällt mir Kommentieren Teilen

Giesswein  
Gesponsert

Der superbequeme & warme Leather Boot aus Merino Wolle!



TRAGEKOMFORT IN NUBUK LEDER

Jetzt shoppen



WECHSEL MERINO F

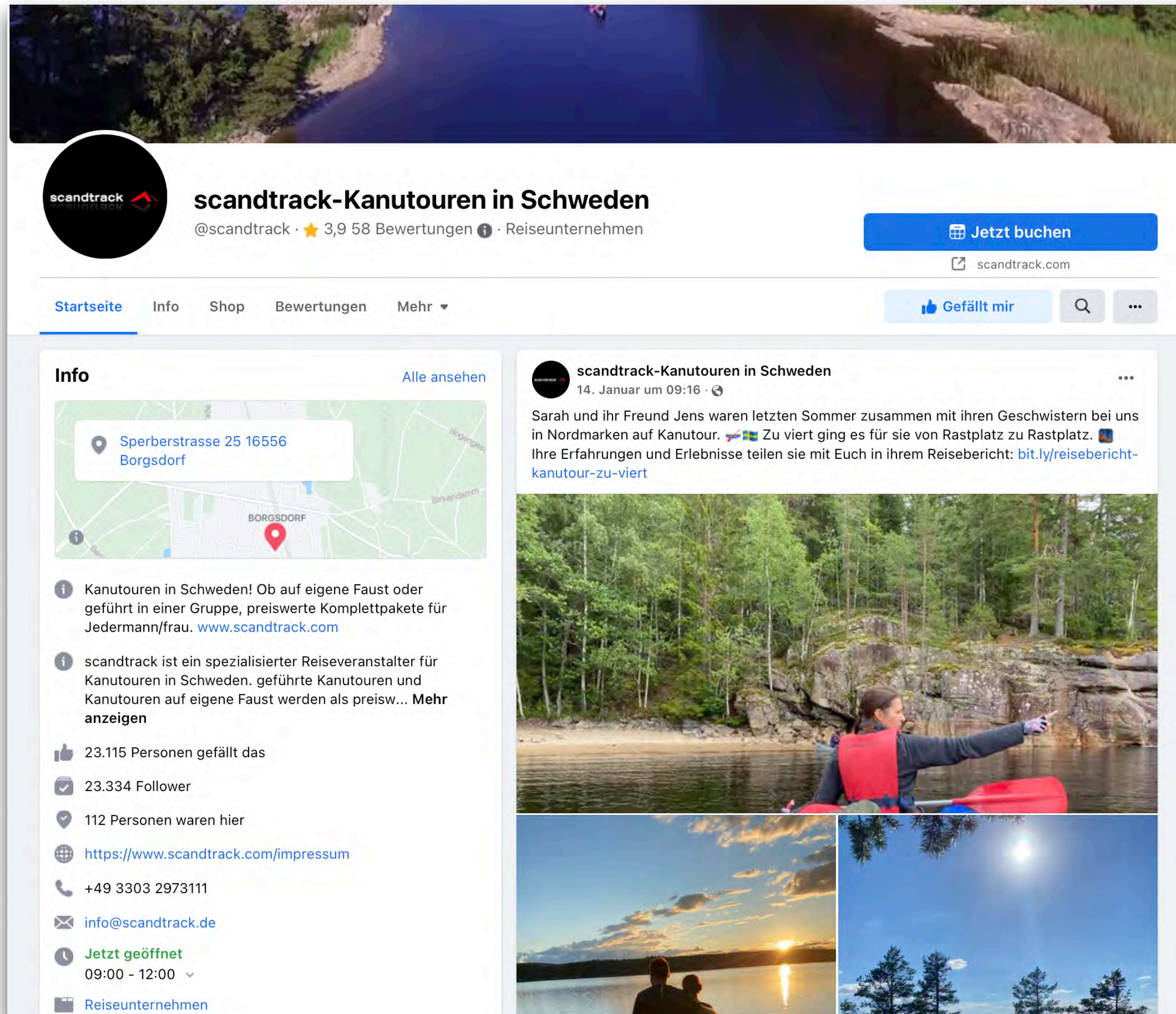
136 10 Kommentare 4 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen



social media akademie  
für reise und touristik

# Best Practise



The screenshot shows the Facebook profile of 'scandtrack-Kanutouren in Schweden'. The profile picture is a circular logo with the text 'scandtrack'. The cover photo is a scenic view of a river flowing through a forested landscape. The page header includes the name 'scandtrack-Kanutouren in Schweden', the handle '@scandtrack', a star rating of 3.9 with 58 reviews, and the category 'Reiseunternehmen'. A prominent blue button says 'Jetzt buchen' with a calendar icon, and the website 'scandtrack.com' is listed below it. Navigation tabs for 'Startseite', 'Info', 'Shop', 'Bewertungen', and 'Mehr' are visible. The 'Info' section on the left provides a map of the location at 'Sperberstrasse 25 16556 Borgsdorf', contact information including a phone number (+49 3303 2973111) and email (info@scandtrack.de), and operating hours (09:00 - 12:00). The main post, dated January 14th at 09:16, features a photo of a woman in a red life jacket kayaking on a river. The text of the post describes a recent trip to Nordmarken and includes a link to a travel report: [bit.ly/reisebericht-kanutour-zu-viert](https://bit.ly/reisebericht-kanutour-zu-viert). Below the main photo are two smaller images: one showing a sunset over a lake with silhouettes of people, and another showing a bright sun in a blue sky with trees.

## Beispiel zur Fangewinnung:

Kontinuierliche Erstellung von Posts mit einem ausgewogenen Content-Mix.

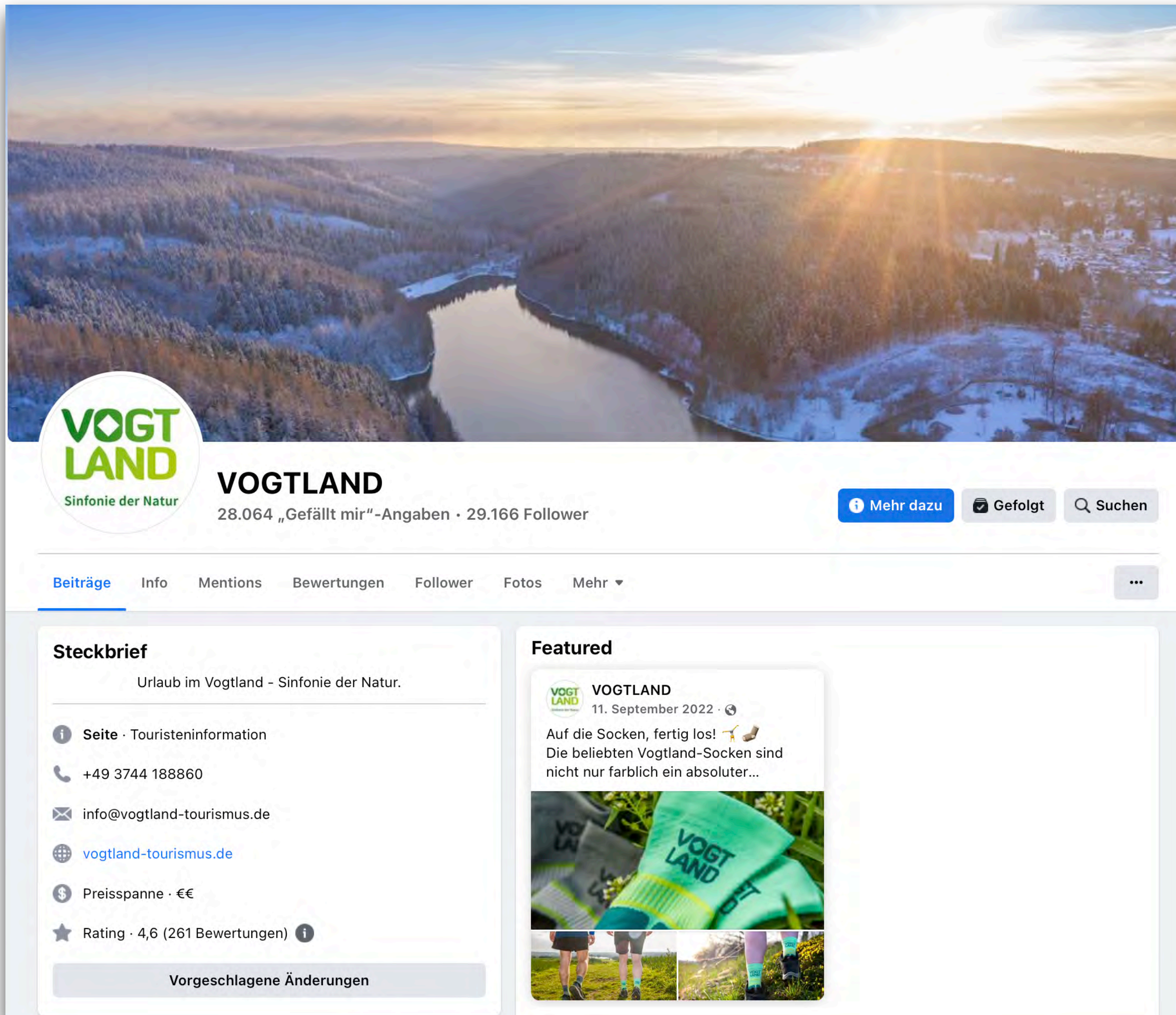
Gewinnspielaktionen mit Anbietern aus dem Bereich Outdoor.

Werbeanzeigen zu Reisen.

## Beispiel für tolles Storytelling in Beiträgen:

Nicht nur die Bilder sind stimmig und wecken Aufmerksamkeit, auch der Inhalt ist kreativ.

Inhaltlich interessante Fakten über die Region gemischt mit schönen Impressionen, Aufrufen zur Interaktion und einem Schreibstil, der einem die Region fast nach Hause bringt.



**VOGTLAND**  
Sinfonie der Natur

28.064 „Gefällt mir“-Angaben · 29.166 Follower

Mehr dazu · Gefolgt · Suchen

Beiträge · Info · Mentions · Bewertungen · Follower · Fotos · Mehr

### Steckbrief

Urlaub im Vogtland - Sinfonie der Natur.

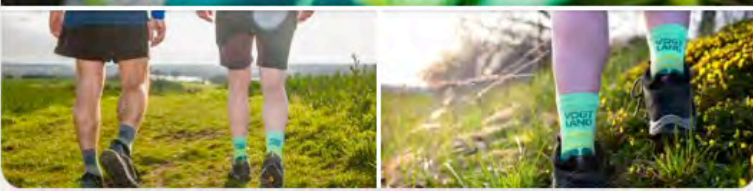

- Seite · Touristeninformation
- +49 3744 188860
- info@vogtland-tourismus.de
- vogtland-tourismus.de
- Preisspanne · €€
- Rating · 4,6 (261 Bewertungen)

Vorgeschlagene Änderungen

### Featured

**VOGTLAND**  
11. September 2022 · 🌐

Auf die Socken, fertig los! 🧦👉  
Die beliebten Vogtland-Socken sind nicht nur farblich ein absoluter...





Alle Videos



Wandern in der Lüneburger Heide  
vor 3 Wochen · 2.449 Aufrufe  
151



Rad Urlaub in der Lüneburger Heide  
vor 3 Wochen · 1.084 Aufrufe  
48



Frohe Weihnachten aus dem LilaLand  
vor 3 Wochen · 1.066 Aufrufe  
170



Jetzt im Wacholderwald bei Schmarbeck. Für Momente wie dies...  
vor 4 Wochen · 4.301 Aufrufe  
427



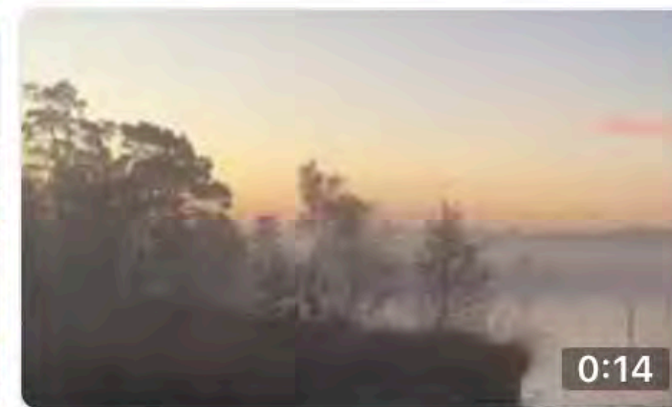
Die Traumhafte Winterlandschaft der Lüneburger Heide  
vor 7 Wochen · 1.286 Aufrufe  
157



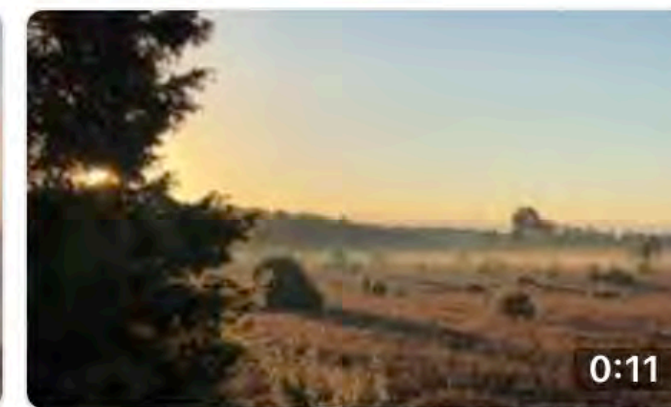
Der Weihnachtsmarkt in Lüneburg ist eröffnet. Schaut Euch die tolle...  
vor 7 Wochen · 1.831 Aufrufe  
75



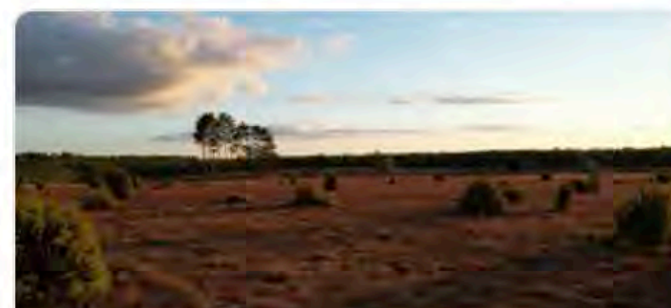
Ab dem 04.12.2022 – „Erinner Dich! Die Reise in das LilaLand“  
vor 9 Wochen · 1.513 Aufrufe  
125



Mystisch war es heute Morgen im Pietzmoor bei Schneverdingen  
vor 13 Wochen · 1.146 Aufrufe  
110



Herbst in der Lüneburger Heide  
vor 15 Wochen · 952 Aufrufe  
150



## Beispiel für einen abwechslungsreichen Account mit vielen Videos und Reels

Regelmäßig werden abwechslungsreiche und informative Reels und Videos veröffentlicht.

Diese mischen sich in einen abwechslungsreichen Content-Mix.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Dein NRW'. At the top, there is a cover photo of a grassy field. The profile picture is the 'NORD RHEIN WEST FALEN' logo. The name 'Dein NRW' is displayed, along with the handle '@DeinNRW', a 4.4 star rating from 868 reviews, and the category 'Lokales Unternehmen'. A blue 'Registrieren' button is visible, along with the website 'nrw-tourismus.de'. Navigation tabs include 'Startseite', 'Info', 'Bewertungen', 'Videos', and 'Mehr'. The 'Info' section is expanded, showing a map of Düsseldorf at 'Völklinger Str. 4 40219', a list of services, and statistics: 122,718 likes, 126,586 followers, and 724 check-ins. A recent post from 18 hours ago is also visible, featuring an aerial view of a courtyard with a large mosaic of Pablo Picasso's face.

**NORD RHEIN WEST FALEN**  
**Dein NRW**  
@DeinNRW · ★ 4,4 868 Bewertungen · Lokales Unternehmen

Registrieren  
nrw-tourismus.de

Startseite Info Bewertungen Videos Mehr

**Info** Alle ansehen

Völklinger Str. 4 40219  
Düsseldorf

Schön, dass Du hier bist! Entdecke jetzt Nordrhein-Westfalen als Reiseland! [www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)

Der Tourismus NRW e.V. ist der touristische Dachverband für Nordrhein-Westfalen und vermarktet unter der Marke "DeinNRW" das Reiseland NRW mit seinen ... **Mehr anzeigen**

122.718 Personen gefällt das

126.586 Follower

724 Personen waren hier

<https://www.dein-nrw.de/>

+49 211 91320500

Preisklasse · Nicht zutreffend

[socialmedia@nrw-tourismus.de](mailto:socialmedia@nrw-tourismus.de)

Jetzt geöffnet  
09:00 - 17:00

**Dein NRW**  
18 Std. ·

Zum 50.Todestag von Pablo Picasso gibt's in den Museen von #DeinNRW einige spannende Ausstellungen. Jetzt schon mal auf die ToDo-Liste schreiben.  
<https://www.dein-nrw.de/ausstellungen...>  
© Presseamt Stadt Münster, Bernhart Fischer

57 2 Kommentare 5 Mal geteilt

## Beispiel für crossmedialen Content in einem gutem Content-Mix

Abwechslungsreicher Inhalt  
Kampagnen, Links und  
vorhandener Content wird in  
abwechslungsreiche Posts  
verwandelt

# Weitere Best Practice

Potsdam Marketing und Service GmbH - *facebook.com/deinpotsdam*

Rheinland-Pfalz Tourismus - *facebook.com/RheinlandPfalz*

Rheinhessen-Touristik GmbH - *facebook.com/weinerlebnis.rheinhessen*

Bayern Tourismus Marketing GmbH - *facebook.com/dein.Bayern*

## Schon genannte Beispiele:

Tourismusverband Vogtland e.V. - *facebook.com/UrlaubimVogtland*

Lüneburger Heide GmbH - *facebook.com/Lueneburger.Heide.GmbH*

Der Tourismus NRW e.V. - *facebook.com/DeinNRW*

scandtrack touristik GmbH - *facebook.com/scandtrack*



social media akademie  
für reise und touristik

# Handlungsempfehlungen

# Handlungsempfehlungen

Überlegen Sie sich, was genau Ihr Facebook Profil ausmachen soll und in welcher Bild- und Textsprache sie dieses ausdrücken möchten! Was passt zu Ihrer Zielgruppe?

Erstellen Sie einen dynamischen Redaktionsplan!

Posten Sie regelmäßig!

Posten Sie niemals auf Instagram und Facebook denselben Inhalt!

Legen Sie ein festes Design für Ihre Storys fest!

Investieren Sie Zeit in die Erstellung von Videos (und Reels) - ohne Bewegtbild kommen Sie nicht mehr weit!

Testen Sie auch andere Funktionen und Möglichkeiten, die Facebook bietet (Gruppen, Lives, Shop)

# Handlungsempfehlungen

Betreiben Sie unbedingt Community Management! Täglich!

Gehen Sie auf die Kommentare Ihrer User ein!

Behalten Sie auch die Facebook Bewertungen auf Ihrer Seite im Blick!

Überprüfen Sie stetig Ihre Insights (Meta Business Suite) und passen Sie Ihre Beiträge danach an!

Ihre Community zeigt Ihnen durch deren Interaktionen, was sie interessiert.

Vernetzen Sie sich mit Partnern, teilen und kommentieren Sie regelmäßig.

Richten Sie sich einen Home-Feed für Ihre Seite ein mit Partnern und Vorbildern.

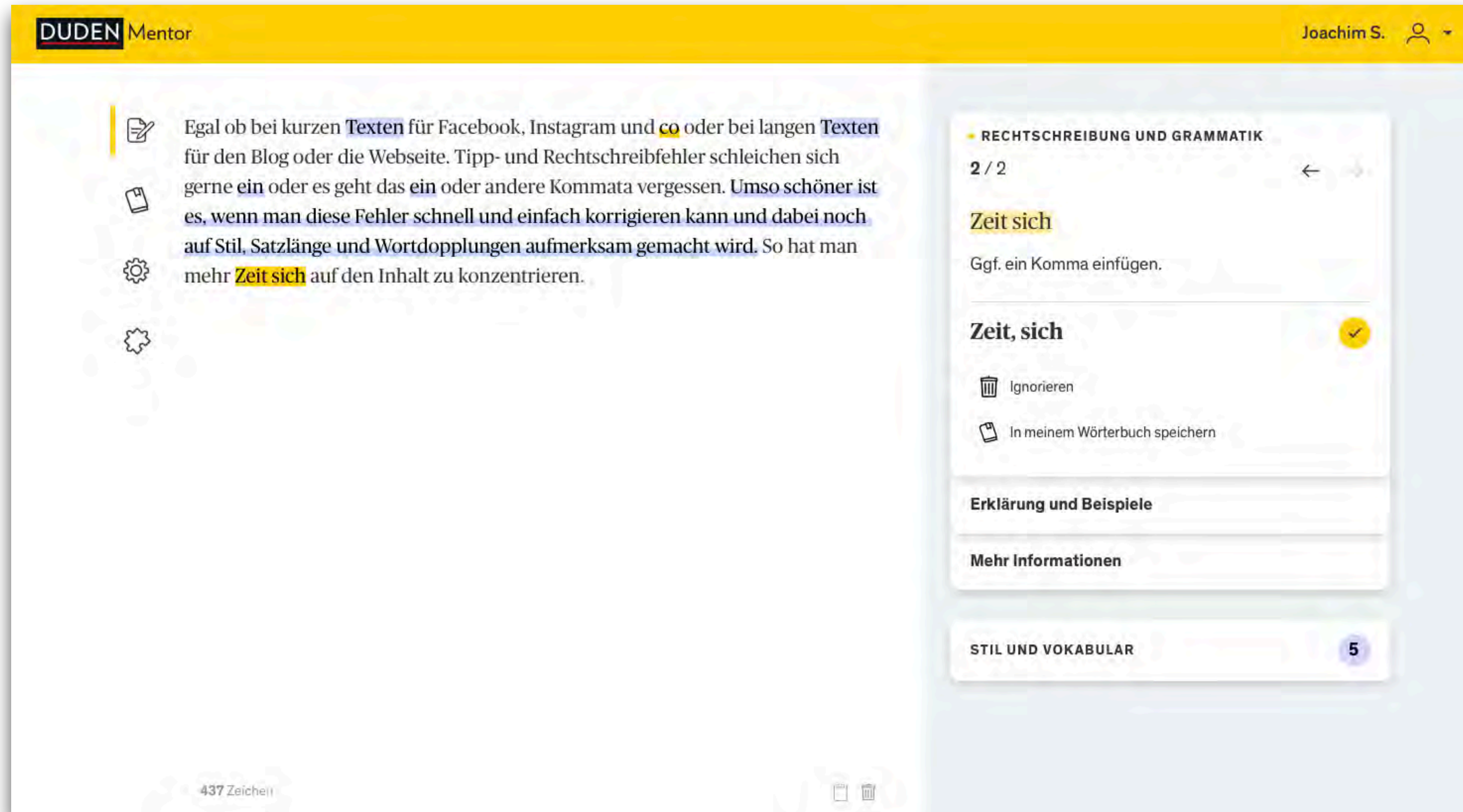
Bleiben Sie auf dem Laufenden, was neue Funktionen, Bild- und Videoformate auf Facebook angeht!





social media akademie  
für reise und touristik




# Hilfreiche Tools

# Duden Mentor für die Rechtschreibprüfung



**DUDEN** Mentor Joachim S. 

 Egal ob bei kurzen **Texten** für Facebook, Instagram und **co** oder bei langen **Texten** für den Blog oder die Webseite. Tipp- und Rechtschreibfehler schleichen sich gerne **ein** oder es geht das **ein** oder andere Kommata vergessen. **Umso** schöner ist es, wenn man diese Fehler schnell und einfach korrigieren kann und dabei noch auf **Stil, Satzlänge und Wortdopplungen** aufmerksam gemacht wird. So hat man mehr **Zeit sich** auf den Inhalt zu konzentrieren.


**RECHTSCHREIBUNG UND GRAMMATIK**


2 / 2 ← →

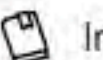
**Zeit sich**

Ggf. ein Komma einfügen.

---

**Zeit, sich** 

 Ignorieren

 In meinem Wörterbuch speichern

---



**Erklärung und Beispiele**

---

**Mehr Informationen**

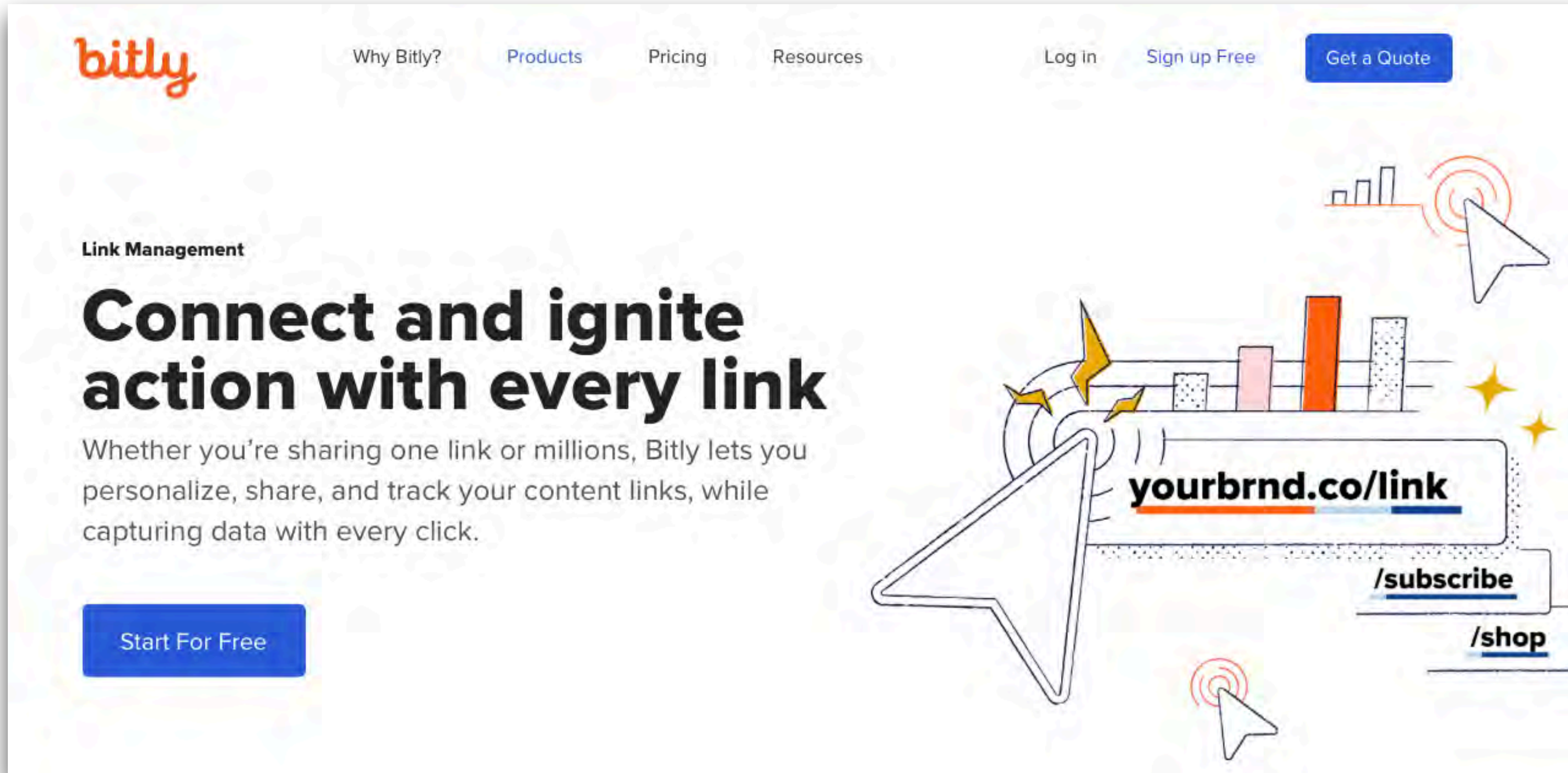
---

**STIL UND VOKABULAR** **5**

437 Zeichen  



# Links verkürzen mit bitly



The image shows a screenshot of the Bitly website homepage. At the top left is the Bitly logo. The navigation menu includes 'Why Bitly?', 'Products', 'Pricing', 'Resources', 'Log In', 'Sign up Free', and a blue 'Get a Quote' button. The main content area features the heading 'Link Management' and the large text 'Connect and ignite action with every link'. Below this is a paragraph: 'Whether you're sharing one link or millions, Bitly lets you personalize, share, and track your content links, while capturing data with every click.' A blue 'Start For Free' button is positioned below the text. To the right, there is a stylized illustration of a bar chart with a large arrow pointing to it, and a URL 'yourbrnd.co/link' with sub-links '/subscribe' and '/shop'.

**bitly**

Why Bitly? Products Pricing Resources Log In Sign up Free [Get a Quote](#)

Link Management

## Connect and ignite action with every link

Whether you're sharing one link or millions, Bitly lets you personalize, share, and track your content links, while capturing data with every click.

[Start For Free](#)

[yourbrnd.co/link](#)

[/subscribe](#)

[/shop](#)

# Neuigkeiten zu Facebook

Interessante und aktuelle Themen im Blog verständlich erklärt und mit Umsetzungsempfehlungen speziell für den Tourismus:

**[smart-workshops.de/blog](https://smart-workshops.de/blog)**

Melden Sie sich für weitere Artikel und stetige Updates zu Facebook zu unserem kostenfreien Newsletter an:

**[smart-workshops.de/newsletter](https://smart-workshops.de/newsletter)**





Download unter:  
**[contentkalender.intensivesenses.com](https://contentkalender.intensivesenses.com)**

# Die aktive Social Media Konferenz für die Tourismusbranche

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

Jetzt Ticket sichern! 

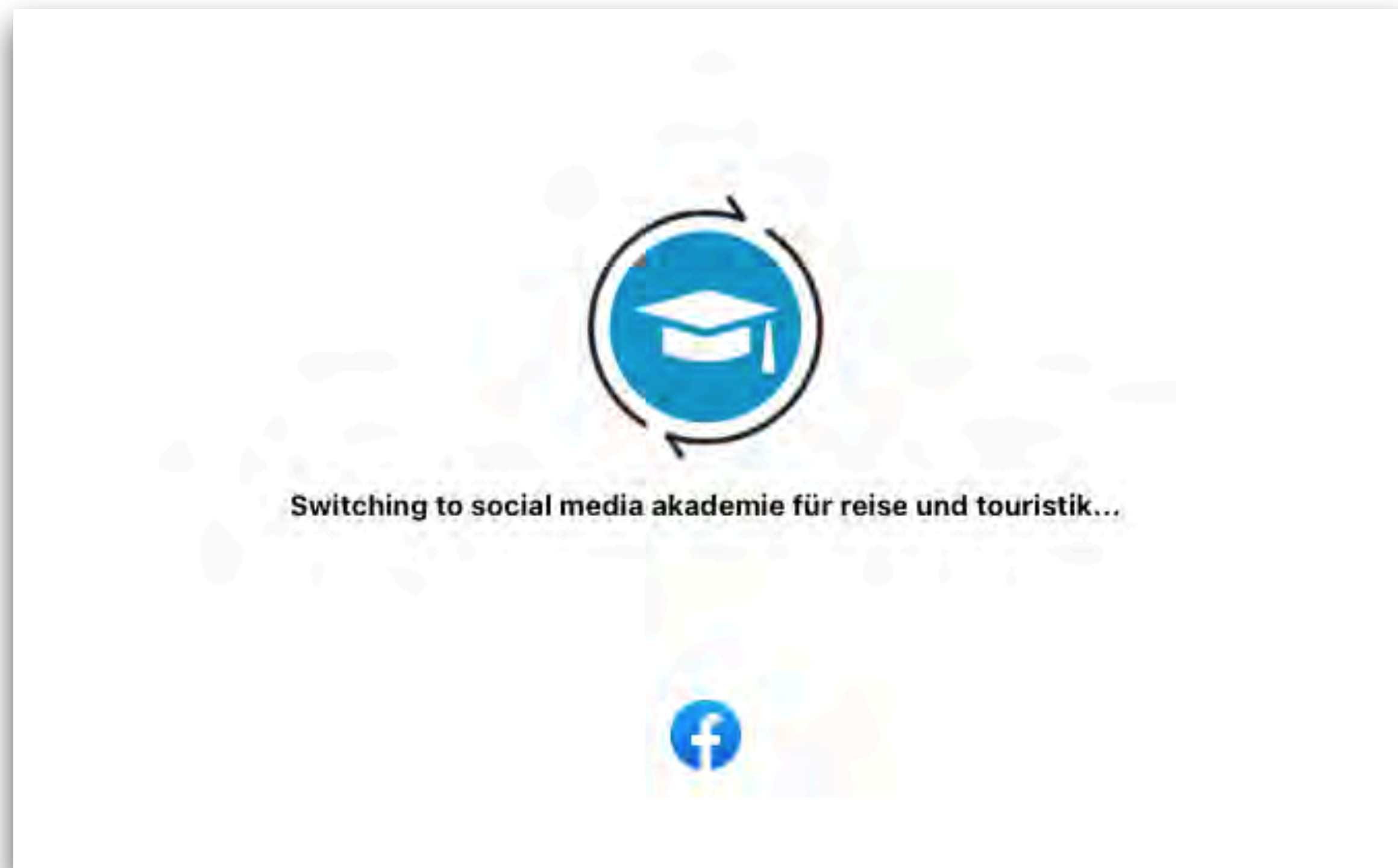


Für mehr Informationen und Tickets zum Super-Early-Bird-Preis:  
**[www.socialmediatravelweekend.de](http://www.socialmediatravelweekend.de)**



social media akademie  
für reise und touristik

# Neue Funktionen bei Facebook



## Neue Funktionen bei Facebook

Extra Profile für die Business-Seiten

Sticker in Reels

Meta Business Suite statt Creator Studio

Länge der Story Slides wird verlängert

# Ausblick für die nächsten Webinare

## Snack-Content

07. Februar



## Blick über den Tellerrand

14. März



## Kleine Umfrage per Mail

Anfang Februar



# 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.



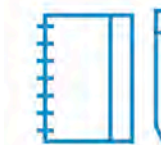
### Content Marketing

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.



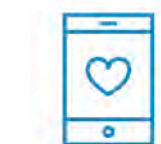
### Praxisworkshops und Konferenzen

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](http://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!