

Online. Facebook. Rund 400 Millionen User treffen sich in Facebook. Das Potenzial für Firmen ist riesig. Auch für Buchungen direkt auf der Plattform. In der Schweiz steht dieser Prozess erst am Anfang.



Fotolia

Unkompliziert: Heute können Facebook-Fans mit wenigen Schritten zum Gast werden. Immer öfter bieten Hotels auf Facebook-Fanseiten direkte Buchungsmöglichkeiten an.

lungsmöglichkeiten auf Facebook eingeschränkt seien. So begreift Fux das Soziale Medium primär nicht als Buchungskanal, sondern immer noch als Marketingtool. Dabei sei die Interaktion mit den (potenziellen) Gästen das Interessante – beispielsweise durch die Lancierung von Wettbewerben. Dennoch: Der Fokus der Marketingaktivitäten solle nach wie vor auf der eigenen Website liegen. «Es bringt wenig, ein Buchungssystem auf Facebook zu integrieren, bevor man die eigene Website nicht im Griff hat», erklärt Fux. Wenn die Inhalte und die Kommunikation darauf nicht stimmen und den Gast nicht abholen, könne auch eine Facebook-Buchung nicht mehr Gäste generieren.

Facebook-Buchung hierzulande in den Anfängen

In der Schweiz bietet die Swiss Premium Hotels GmbH seit Mitte Juli eine solche Buchungsmöglichkeit auf ihrer Fanpage an. Damit wolle man den Mitgliedshotels in erster Linie einen neuen Vertriebskanal zur Verfügung stellen, erklärt Geschäftsführerin Wanda Meyer die Überlegung dahinter. Und das Bedürfnis danach sei da. Fünf Swiss-Premium-Hotels haben den «Book-Now»-Button auf ihrer eigenen Fanpage bereits integriert, darunter das Hotel Astra in Vevey. Swiss Premium Hotels plant als Nächstes eine Buchungs-Applikation für den Tablet-Computer iPad.

Vom User zum Bucher

Längst sind Facebook-Fanseiten für Unternehmen wichtige Marketinginstrumente geworden – auch in Tourismus und Hotellerie. Nun wird das Booking darauf angepeilt.

SABRINA GLANZMANN

Das grosse blaue Sofa», so nennt Marcel Bernet von der Agentur Bernet PR das Social Media-Angebot Facebook – weil «immer mehr Menschen immer mehr Zeit darauf verbringen» und darin «versinken». Laut Bernet eine «Hegemonie, die für Nutzer und Anbieter von Inhalten durchaus ihre Vorteile» habe. Dies ist keine gänzlich neue Feststellung: der Trend, dass Grossfirmen, KMUs oder Marken gewerbliche Fanseiten («Fanpages») erstellen und ihre Produkte und Angebote darauf bewerben, hält schon länger an. Auch für die Hotel- und Tourismusbranche werden eigene Fanpages nebst

den konventionellen Massnahmen immer mehr zu wertvollen Marketinginstrumenten. So werden auf der Pinnwand gerne spezielle Hotelarrangements angepriesen oder ansprechende Fotos gepostet. Das Cervo Hotel & Restaurant in Zermatt bebildert seine Pinnwand regelmässig mit Hotelhund Glen –



«Wer seine Website nicht im Griff hat, dem bringt ein Buchungstool auf Facebook wenig.»

Michael Fux
HES-SO Wallis

«Jöh»-Effekt inklusive. Dabei bringt jedes «Gefällt mir» dazu Aufmerksamkeit.

Vom Facebook-Fan zum Gast?

Allmählich wird diese Aufmerksamkeit auch für das Buchungsgeschäft interessant und damit auch die Frage, wie der Facebook-Besucher von heute zum Hotelbucher

von morgen wird. In Deutschland und USA sind bereits erste Schritte in Richtung Social Media Booking unternommen worden (siehe Kasten); dabei werden Lösungen von Reservationsanfragen und anschliessender Weiterleitung zum hoteleigenen Buchungssystem bis hin zur A-Z-Abwicklung direkt auf der Fanpage verfolgt. «Rein technisch gesehen ist Buchen via Social Media kein Problem», weiss Michael Fux, Dozent an der Fachhochschule Westschweiz (HES-SO) in Siders. Der Spezialist für Social Media Marketing am Institut für Tourismus sieht das Problem eher in der Benutzerfreundlichkeit und Handhabung, weil die Darstel-

Fakten Buchen auf Facebook: So geht's im Ausland

Die amerikanische Delta Airline bietet seit August ein komplettes Buchungstool auf ihrer Facebook-Fanseite an: Von der ersten Anfrage bis zur definitiven Flugbuchung können in einem «Ticket Window» alle Schritte innerhalb der Page getätigt werden. In Deutschland hat die Agentur e-conceptory das Buchungs-Interface «Hotel Facebooker» konzipiert, welches Interessenten ähnlich dem Vorgang bei Swiss Premium Hotels an das reguläre Buchungssystem des jeweiligen Hotels weiterleitet.

ANZEIGE





Was bietet mein Hotel ?
Wie wird das Wetter ?
Wie komme ich zum Bahnhof ?
Wann geht mein Flug ?
Wie steht der Euro ?
Was läuft im Facebook ?
Wo kann ich gut essen ?
Was gibt es Neues ?
und vieles mehr...

Der interaktive Concierge in Ihrer Lobby





Besuchen Sie uns am **12. - 16. September**
am Stand: **Rondblick in der Halle 3 OG**

In Zug
Ipeak Infosystems GmbH
Schutzengelstrasse 57
CH-6340 Basar

In Zermatt
Ipeak Infosystems GmbH
Am Bach 9
CH-3920 Zermatt

E-Mail:
walcoone@ipeak.ch
Telefon:
+41 (0) 27 967 50 00