

Ferienmessen – ein Erfolgsmodell?

Ferienmessen sind beliebt. Reiseveranstalter, Tourismusregionen, Hotels und viele andere Anbieter von Urlaubsträumen holen hier den Kunden ab. Sie repräsentieren die schönste Zeit des Jahres, oft gepaart mit feinstem Genuss. Gerade in Zeiten von Internet spüren die Menschen echte Emotionen. Sie sind hautnah dabei, können mit Spezialisten sprechen und erleben Vorträge oder Filme mit anderen Menschen. Später zuhause können Prospekte studiert werden, und insgesamt ist es doch ein schöner Ausflug.

Denn so zahlreiche Vorträge zu verschiedenen Reisezielen können nirgends sonst dermassen spontan besucht werden. Spezialisten kommen teils von weit her angereist, um die Kunden zu treffen. Die Messen setzen Schwerpunkte, um sich zurecht zu finden. Ein Gastland mit besonders vielen Ausstellern lässt mit Geheimtipps nicht auf sich warten. Das kulinarische Angebot an Messen nimmt stetig zu. Streetfood-Anbieter kochen, Spezialisten aus aller Welt und das Platzangebot sind ausgezeichnet. Vor allem treffen sich die Menschen und erleben gemeinsam Träume. Dies kann ein Messeausflug mit Bekannten ausmachen, der später zu einer gemeinsamen Reise führt.

Die Messen suchen nach innovativen Wegen und bewerben gerade diese Veranstaltungen mit immensem Einsatz. Zwar braucht Aussteller, welche den Grossteil der Kosten tragen, aber noch um einiges mehr engagierte Besucher. Ausstellungskataloge zu veröffentlichen, bringt Reiseideen wie Sand am Meer. Ausgiebig Platz wird für Messekinos und Vortragsräume reserviert. Etliche Messen überraschen mit Wettbewerben, und die Aussteller schicken den Stammkunden Eintrittsgutscheine. Erfahrene Anbieter wissen, dass und wie die Stammkunden von einer Messe begeistert zurück kommen werden. Trotz reichlich

Wettbewerber begeistern die Gespräche mit dem Standpersonal. Es braucht viele, engagierte Mitarbeiter auf einer Messe. Oft stehen Mitarbeiter zur Seite, die für die Ausarbeitung der Kataloge verantwortlich sind. Bei Messen können manche Schnäppchen gebucht werden.

Die Aussteller möchten gerne „Aufträge nach Hause nehmen“. Es ist zwar eine Illusion, dass sich Messen kurzfristig rechnen, aber Abschlüsse danach ergeben jedenfalls ein gutes Argument dafür.

Was tun wegen Internet?

Die Anbieter halten sich von den Messen fern.

„Win-Win“: Sparen die Internetanbieter Kosten, und klassische Reiseanbieter bleiben unter sich?

„Loose-Loose“: Der Besucher sieht nur einen Ausschnitt, unmittelbare Konfrontation mit den Sinnen fühlbar sowie reale, zwischenmenschliche Diskussionen werden aus dem Weg gegangen.

Reisende buchen zunehmend über das Internet, vordergründig, weil es bequemer und günstiger ist. Sie wissen hingegen genau, dass es erheblich angenehmer ist direkt mit Menschen über Reisen zu sprechen und hierbei einen Erfahrungsaustausch zu pflegen.

Die Reisespezialisten punkten mit ihrer Begeisterung, auch wenn sie bezüglich Informationsvielfalt etwas ins Hintertreffen geraten sind. Um über diese Informationsvielfalt noch besser hinwegzukommen, genau dafür sind Messen ideal.

Dürfen Algorithmen Flugzeuge

abschiessen?

Eine hochphilosophische und ethisch heikle Frage!

Still und heimlich werden überall Algorithmen eingesetzt. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis diese weitreichende Entscheidungen treffen, statt lediglich den Portemonnaies ihrer Kunden beim Schlankwerden zu helfen. Falls ein Flugzeug unkontrolliert auf eine Stadt zufliegt, innert Sekunden zu entscheiden, wird das Flugzeug abgeschossen? Auch als Antwort darauf bei selbst fahrenden Autos wird die Bewertung von Leben offiziell noch ausgeklammert. Die Militärs setzen mithilfe von „KI“ hochpräzise Drohnen ein; „KI“ ist bereits Alltag, die Welt schweigt.

„PS 752 bei Teheran abgeschossen“; wieder ein tragischer Fehler, der alle paar Jahre vorkommt. Da verlieren Militärs die Kontrolle und schicken Raketen auf Passagierflugzeuge los. Lufträume werden zu wenig konsequent gesperrt. Wenn insofern also doch gechartert wird: Was wird, wenn jemand seine Staatsbürger in Sicherheit bringen will? Wie würde ein Algorithmus reagieren? Wie kann jener abschätzen, was das Flugzeug (der Algorithmus) wirklich beabsichtigt? Wie soll er dann noch selbst entscheiden? Die hohe Wahrscheinlichkeit von Toten eintreten lassen?

Alle Informationen auf der Welt werden für bessere Entscheidungen gesammelt. Dazu Algorithmen verknüpft, um „die richtigen Entscheidungen“ zu treffen.

Wohin das führt, sehen wir in der Werbung, die Menschen werden mit Informationen „zugemüllt“. Den Algorithmen geht es nicht anders; und zu glauben, man könne all dies katalogisieren und analysieren, ist ein Irrtum. Denn was hinter Daten steckt, weiss nicht mal mehr dessen Urheber.

Dennoch wird intransparent weiter geforscht mit der künstlichen Intelligenz. Es erfolgen kaum Diskussionen. Das

Wissen darüber fließt bei nur wenigen Konzernen und Forschungsinstitute zusammen und wird von wenigen in konzentrierter Form angewandt.

Daten werden wie verrückt gesammelt, (wie schon oben angedeutet). Das unterstützen die Gratisangebote der sozialen Medien, und die Influencer werden goutiert.

Hinsichtlich dessen kapitulierten viele klassische Medien. Professioneller Journalismus mittels Recherchen, Analysen und einwandfreier Berichterstattung wird heute nur noch gegen Zahlung ermöglicht. Bekanntlich kaufen heute jedoch immer weniger Menschen Zeitungen, „die anderen“ sollen für Informationen zahlen, die Masse verlernte diese Bereitschaft.

Kostenloses Internet wurde irgendwann begonnen und nie richtig gestoppt. Heute lancieren sie Streamingdienste und günstige, monatliche Abos, massenhaft Inhalt für wenig Geld. Ausgeklammert die Frage dabei, wie Informationen in einer Demokratie am besten verbreitet werden sollten. Das Thema Verstaatlichung wird kaum diskutiert. Eine Debatte erweist sich *heute* als zu heikel, sodass solcherlei zum Tabuthema übergeht.

So entwickelt sich die „KI“ (künstliche Intelligenz) weiter und wird zum Vollzug eigener Entscheidungen vorbereitet. In einem kritisch schleichenden Verlauf der „KI“-Entwicklung ist der prekäre Schritt zu gewissen Sanktionen leider klein; man sehe schon nur hin nach China, wo „schlechte“ Bürger systematisch ausgegrenzt werden.

Irgendwann können Algorithmen jedenfalls mehr und damit auch zwischen Leben und Tod entscheiden.

Was wird, wenn wir mehr und mehr als Gesellschaft schwächeln und schliesslich vermehrt den sozialen Medien und dem Internet blind vertrauen? Wenn wir völlig das Lesen und dadurch weitgehendst das Hinterfragen vergessen? Diskussionen im Alltag zur Ausnahme werden? Was wird, wenn die meisten überwiegend an Smartphones hängen? ..., wenn Vertrauen in die

Politik fehlt?

Dann werden wirklich Algorithmen für uns entscheiden. Niemand störte es dann.

Die Menschen haben sich aus dem Leben „ausgeloggt“.

Zurück zu PS752, die genauen Umstände wie dort Algorithmen und auch Informationen Einfluss nahmen, werden wir nie erfahren. Dieser Fall findet sich schon einen Tag später kaum noch in den News. Hintergründe dazu spärlich.

Stephan Zurfluh
Altenburgstr. 5
CH-5430 Wettingen

Tel. 056 426 54 30

Was könnten Reisejournalisten heute tun?

Der Reisejournalismus hat sich stark gewandelt. Vor wenigen Jahren noch waren Reisen von etlichen Vorbereitungen und Herausforderungen begleitet. Heute bringt uns das Flugzeug zu allen Orten, und es erwarten uns komfortable Unterkünfte. Jeder spricht Englisch, mit dem Smartphone lassen sich tolle Bilder schießen.

Was kann da der Reisejournalist noch tun?

Zumal es kaum noch Sponsoren gibt, und sich die Tourismusindustrie knausrig zeigt, zumal jeder heute posten kann, zumal jedes Reiseziel für jeden aus reichen Ländern bereist werden kann.

Wir Reiseexperten müssten viel öfters in Details wühlen. Vielleicht auch mehr zu philosophischen Fragen zurückkehren

und den Menschen in den Mittelpunkt stellen.

Die Verdienstmöglichkeiten sind dennoch mickrig. Für einen guten Reiseartikel werden gerade mal Euro 400,- bezahlt, inklusive Fotos. Zweitverwertung nötig. Vielleicht sogar noch reichlich Arbeit in einen Reiseführer investieren, vielleicht als Reiseleiter arbeiten, vielleicht Reisen verkaufen. Den Schwerpunkt lediglich aufs Schreiben von Reiseberichten zu setzen ergibt zu wenig.

Die Anforderungen sind heute hoch, sogar extrem hoch; nachdem wir ein Buch über Reisejournalismus studiert haben so dessen Resümee. Wir entscheiden uns für den Reiseverkauf. Dort insbesondere setzen wir auf unser Gespür für unsere Reisenden und all das dazu Passende darum herum. Unsere Hoffnung legt darauf an, dass Reisende diese Leistung honorieren.

Buch:

„Reisejournalismus“ von Francoise Hauser, erschienen bei der „Frankfurter Allgemeine“, (fazbuch.de).

Warum die Airbnb - Verherrlichung?

Airbnb macht es Privatleuten einfach eine Bleibe zu vermieten. Alle schwärmen von den dadurch entstehenden, tollen Kontakten. Doch wenn dem so ist, dann hätte sich ja auch Couchsurfing durchsetzen müssen. Doch bei Couchsurfing fließt kein Geld; eine deckungsgleiche Nachfrage auf ein gewichtiges Angebot erweist sich nur unter jungen Leuten in touristischen Hochburgen. Airbnb sorgt für mehr Massentourismus und kommerzialisiert Menschen. Meiner Meinung nach ist Airbnb nur eine Vermittlungsplattform, die sich wenig um Gesetze schert.

Viele schöne Ideen verlieren ihre Unschuld, und das Geschäft übernimmt. Die Preise für Airbnb passen sich dem Markt an. Für die Gästebetreuung gibt es immer weniger Zeit. Der finanzielle Vorteil wird als Ansporn beworben. Geschäftsmodelle, die Immobilien fremd nutzen, nehmen an vielen Orten überhand. Die Behörden reagieren ohnmächtig und hoffen zumindest auf mehr Steuereinnahmen. Kostensteigerungen bei Hotels lassen sich nur schwer umlegen, der Markt wird immer chaotischer, wie die Zukunft aussieht, weiss niemand.

Einfaches Buchen auf den Plattformen und anscheinend günstige Preise spornen zum Reisen an. Begegnungen in der Nachbarschaft und auch die Gespräche in Cafés werden seltener. Immer unterwegs, der Nomadentrieb freut sich. Dabei bleibt kaum Zeit, um sich einzugewöhnen. Im Gegenteil, je mehr Reiseziele, umso vermeintlich besser die Erfolgsbilanz.

Ohne Zahlungsmittel kommt man aber nicht darum herum, Tourismus funktioniert nur mittels spendierfreudigen Geldbeuteln, denn etliche rein ideelle Initiativen können sich am Markt nicht durchsetzen. Arbeitende Strukturen brauchen nun mal regelmässige Einkünfte. Unterbreitet das Thema Freiwilligkeit ein schönes Ziel, so ist es jedoch ohne professionelle Mitarbeiter schwer realisierbar.

Das Internet lässt Monopole recht aufleben. Diese Modelle zerstören schliesslich aber den Wettbewerb und konzentrieren sich auf die Werbung. Der Kunde ist Fremdkörper, der Support läuft über Algorithmen und mit automatischer Antwortsuche.

Wie heute richtig gereist würde; wer weiss es? Sicher weniger wäre mehr. Nur sollen, aber nicht wollen. Ganz nach dem Motto, „so schlimm kann Tourismus nicht sein, die paar Flüge! Und wenn ich nicht fliege, hebt der Flieger dennoch ab.“ Doch wäre das wirklich so schlimm, wieder vermehrt die Nähe zu bereisen und dafür länger Zeit aufzuwenden?

Quellen:

die Beschäftigung mit Internet, Buchungsplattformen und Gespräch mit Reisenden,

viele Projekte zum Nahtourismus, z.B.

www.schoko.reisen

www.kaese.reisen

www.salz.reisen

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30

office@gfie.net

Agrotourismus, wo bleiben die Angebote?

Agrotourismus wäre eine schöne Sache. Die Menschen wüssten mehr zu den Produkten, die sie täglich essen. Die Milch kommt von der Kuh, der Honig von den Bienen. Das mit eigenen Augen zu sehen und zu erleben, eine klasse Idee. Agrotourismus ist beliebt, sein Potential kaum ausgeschöpft und wenig beworben.

Vielerorts bedeutet Agrotourismus lediglich auf einem Bauernhof zu wohnen und einmal in den Stall zu blicken. Den „Agrotouristiker“ als Beruf gibt es nicht. Dabei könnte hier pädagogisch wertvolle Dienste erwiesen werden. Für die Lebensmittelindustrie wäre Agrotourismus ein Anknüpfungspunkt zum Produktverständnis.

Warum werden so viele Fern- und Städtereisen angeboten? Wieso lassen sich bei den Tourismusorganisationen kaum Initiativen

für Ferien auf dem Land blicken? Wieso hält sich die Lebensmittelindustrie mit Angeboten zu Betriebsführungen bedeckt?

In den nächsten Wochen möchten wir das prüfen und einige Teilnehmer befragen. Die bisherigen Erfahrungen sind wenig ermunternd.

Quellen:

Unsere Agrotourismus-Projekte und die geringe Bereitschaft an weiterer Diskussion.

Viele Projekte zum Nahtourismus, z.B.

www.obst.reisen

www.schnaps.reisen

www.winzer.reisen

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30
office@gfie.net

Hilfe, die Algorithmen entscheiden

Still, heimlich und schleichend haben Algorithmen die Macht übernommen. An vorderster Front Google. Bei manchen Problemen, wo jeder Unternehmer einschreiten würde, sind die Mitarbeiter und Manager machtlos. Algorithmen entscheiden, der Kunde muss sich fügen. Wenn es Probleme gibt, helfen Foren weiter, und es geschieht immer seltener, dass sich Mitarbeiter von

Unternehmen aus eigenem Antrieb engagieren. Im Gegenteil, durch Digitalisierung verschwinden menschliche Kompetenzen. Digitales Nomadentum gepaart mit Verdummung auf ein paar Zeichen hin sind Realität geworden.

Die Vorreiter der Algorithmen waren einst Überlegungen, Abläufe zu beschleunigen und später zu automatisieren. Es wurde sich in der Arbeitswelt angeschaut, wie einzelne Abläufe in Prozesse gepackt werden können. Diese wurden stetig optimiert und kontrolliert, durch diese Fertigung waren aber die Kunden kaum betroffen.

Heutzutage werden die Verwaltungs- und Verkaufsprozesse noch vermehrt automatisiert und durch Algorithmen optimiert. Diese lernen selbständig weiter, das Schlagwort lautet künstliche Intelligenz. Wir füttern diese "Intelligenzen" mit zahlreichem Material, „Big Data“ das Schlagwort hierfür. Mehr und mehr werden die Algorithmen stetig angepasst und schliesslich sollte alles durch einen Algorithmus abgedeckt sein. Die Internet-Monopolkonzerne aus Amerika legen hier ein unglaubliches Tempo auf, welches sich jeglicher demokratischen Kontrolle entzieht. Am Ende sehen sich deren und zahllose andere Mitarbeiter machtlos und müssen sich den Algorithmen unterordnen.

Ein Beispiel, ich habe ein Telefon gekauft, und dieses ist innerhalb der Garantiezeit defekt gewesen. Ich bin genötigt gewesen alle mögliche Daten einzugeben und Fotos zu schicken, ein mühevoller Prozess. Letztendlich die Info, dass das Gerät nicht offiziell in der Schweiz vertrieben wird und lediglich nach Deutschland geliefert werden könnte.

So weit, so gut. Ich habe sowieso eine einwöchige Reise nach Deutschland geplant und gehofft, dass das Gerät dort eintrifft. Mein bisheriges Telefon habe ich sofort bei Ankunft in Deutschland abgeschickt, dafür habe ich eine Rücksendeschein erhalten. Jedoch erst nach drei Tagen seit meiner Sendung und meinen Angaben in Deutschland ist das Paket

in Belgien aufgegeben worden. Die Sendung hätte ich an eine Adresse Nähe der Schweizer Grenze umleiten wollen, unmöglich.

In diesem Zusammenhang ist viel falsch gelaufen, die Mitarbeiter haben falsche Links geschickt. E-Mails können zudem nur an eine deutsche IP adressiert werden, und die Abklärungsgespräche haben lange gedauert. Am Ende sind die Mitarbeiter machtlos gewesen. Sogar der „Country Manager“ von Google hat bestätigt, dass die Entscheidungsfreiheit hier tief ist.

Mitarbeiter werden dadurch quasi entmündigt und müssen den Algorithmen gehorchen, und auch der Kunde wird gezwungen sich den Algorithmen unterzuordnen. Jetzt kommt das „Machine Learning“ dazu, an welcher Stelle die Algorithmen immer besser werden sollen. Doch die kreative, intuitive Lösung eines Menschen wird ein Algorithmus nie erreichen. Doch statt hier die menschlichen Stärken auszubauen, müssen sich die Menschen den Systemen unterordnen.

In Zukunft werden Algorithmen noch mehr Macht gewinnen, und wir erst später merken, auf welcher vielfältigen Weise wir von Digitalisierungen abhängig geworden sind. Wir werden ebenso von Computern bedient, sogenannten „Chatbots“ und dies als normal empfinden. Es sprechen schliesslich nur noch Algorithmen mit den Kunden. Computer werden in der Lage sein sich selbst und weitere Computer zu programmieren. Wer nicht in dieses Raster passt, fällt raus. Grosse digitale Unternehmen sind private Firmen, die sich ihre Geschäftspartner auswählen dürfen. Wer deren Richtlinien nicht erfüllt, wird hier diskriminiert.

Die Beispiele von entmündigten Mitarbeitern häufen sich in meinem Umfeld. Mehr und mehr und schliesslich alle Arbeiten sollen automatisiert und mit künstlicher Intelligenz erledigt werden. Das geht schneller als wir denken. Mitarbeiter sollten hierbei als digitale Nomaden durch die Welt ziehen, sich nur über Onlinekonferenzen austauschen. Callcenter werden

konzentriert in Ballungszentren aufgebaut, an welchen Orten Mieten unbezahlbar werden. Mitarbeitergespräche untereinander finden selten statt, denn Mitarbeiter werden zu Roboter degradiert.

Alle Probleme sollen die Kunden hingegen gemeinsam in Foren lösen. Die grossen Unternehmen hoffen, dass die für ihr Umfeld zuständigen Dienstleister dort fleissig weiterhelfen. Kundenservice? Fehlanzeige. Einen Mitarbeiter zu erreichen, schwierig. Hilfestellende Telefonnummern und E-Mails werden immer weniger bekannt gegeben. In letzter Zeit engagieren sie sich hier eher in der Hoffnung so „Outsourcing Aufträge“ zu ergattern. Das System funktioniert. Freelancer scheint der Traumberuf vieler auszumachen, nur in der Verhandlungsmacht halten sie dabei kaum noch das Zepter in der Hand.

Die grossen, amerikanischen Unternehmen konkurrieren wenig, jeder macht es sich in seiner Monopolecke bequem. Microsoft engagiert sich kaum mit der Suchmaschine Bing, Google ist Google+ egal. Ebay kümmert sich nur um Versteigerungen, PayPal nur um Zahlungen.

Nur noch Spezialisierung ist gefragt. Wenn jemand mit einer neuen Idee den Markt betritt, wird alles getan, dass sich Monopole entwickeln, meistens aufgekauft. Die Politik schläft, „es spielt ja der Wettbewerb.“

Im Gegenteil, durch Steuersparmodelle und Akzeptanz von unredlichen AGBs wird den digitalen Kapitalisten der Rücken gestärkt.

Wir wissen das alles und lassen es geschehen. Jeder weiss, wie schnell er dank der Datenmacht verstummen kann. Jeder Marketingexperte weiss, dass, wenn er von Google oder Facebook blockiert wird, um seine Existenz fürchten muss. Jeder wird zustimmen, dass gerade deswegen die Karten neu gemischt werden sollten.

Wir müssten unbedingt fordern die Datenhoheit wieder den Menschen zu übergeben. Wir sollten innehalten. Über die ganzen

Entwicklungen müssten wir dringend diskutieren können. Was aktuell abläuft verstehen die wenigsten. Die Menschen müssten das Tempo vorgeben, nicht die Technokraten.

Das bedeutet unsere Zukunft von allen Menschen gestalten zu lassen, dies oftmals gemeinsam und immerzu solidarisch. Wenn wir dann dennoch in manchen Dingen abgehängt werden sollten, könnte das sogar gut sein. Denn wer möchte sich schon von Algorithmen bestimmen lassen?

Stephan Zurfluh
Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

Tel. 056 426 54 30

Wie honorieren Aussteller deutsche Reiseblogs?

Stephan Zurfluh will es auf der ITB Berlin, der Leitmesse für Tourismus wissen. Wie werden deutsche Reiseblogs von den internationalen Ausstellern gefördert? Viele Menschen teilen Reiseerlebnisse im Internet. Nur wenige verdienen damit. Letztere sollen Erfolgszahlen liefern, Follower und Klicks. Wie wichtig sind dabei die Inhalte? Welche Marktstrategien verfolgen die Aussteller?

Stephan Zurfluh, Kleinreiseveranstalter rutschte in die Bloggerszene rein, welche sehr unterschiedlich ist. Er hatte zuvor einen Kurs bei Prof. Günter Faltn absolviert und zielte darauf ab neue Reiseziele zu entwickeln. Doch während der Ausbildung hatte er gemerkt, dass es sich lohnt Tourismus neu zu denken.

Zuerst waren es „Teereisen“ und vermehrt neue Projekte, wie z.B. „Nahreisen“ oder „die Nachbarschaftsökonomie“. Werbung bedeutet Investition, dafür fehlten aber die Mittel. Dafür hatte er ausgiebig Zeit, um Webseiten zu bauen.

Er lernte journalistisch zu denken, schnappte sich einfache Domainnamen und hat im letzten Jahr über 1200 Beiträge veröffentlicht, – verteilt auf 140 Webseiten. Im Gegensatz zu vielen Blogger nutzt er Facebook und Instagram noch nicht, er mag eigene Kontrolle über deren Inhalte. Oft reiste er in Europa umher, seine Beiträge bessern sich ständig. 1 Mio. Aufrufe wöchentlich, die aktuelle Zahl auf Google.

Zudem überarbeitet er stets die Strukturen und Verlinkungen und sieht für 2019 ein ambitioniertes Programm vor. Finanziell lohnte sich die Arbeit bisher nicht, lediglich das Einholen von Visa sichert seine Einnahmen. Weil vermehrt Länder Visafreiheit oder eVisa einführen, beginnt das Geschäft zu leiden.

In seinen neuen Reiseangeboten fehlt die Marktdurchdringung, auf die versprochenen Reiseprogramme von der „ITB 2018“ wartet er noch heute. Die Messe wirkt auf ihn eher als Schaulaufen, „man trifft sich, es bedarf eines langen Atems für neue Ideen.“

Auf der „ITB 2019“ gedenkt er die Bereitschaft der Aussteller testen: „Wie äussert sich dort die Meinung zu seinen Artikeln, zu den Projektideen, zum zukünftigen Buchungsverhalten der Kunden?“

Wie behält die Reisebranche das riesige Engagement bei, welches von den Reisenden nicht vergütet werden kann? Zahlreiche würden gerne eine Kleinigkeit dafür spenden. Das verhindern Zahlungsanbieter wie PayPal. Aber das mit PayPal und Co. ist eine andere Geschichte, jedenfalls ist die Reisebranche gefordert.

Stephan Zurfluh

Brisigstrasse 24,
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30
office@gfie.net

Quellen:

Eigene Arbeiten und Eindrücke
Gespräche auf Messen

Der Sponsoringaufruf ist beschrieben auf
www.reisen.haus/sponsoring

Eine Finanzierungskonzept der Themenreisen auf
www.themen.reisen/finanzierung

Copyright frei, Honorar gerne nach Absprache.

Richtig bloggen – Tipps von einem WordPress Meetup

Wir haben beim Meetup der WordPress-Gruppe einen guten Vortrag zum Thema Bloggen gehört und einige Anregungen mitgenommen.

- Bloggen ist auch Journalismus, kostet nichts, weil wir Internet haben.
- Verbreitung kann rasch viral werden, Netzwerken ist wichtig.
- Beim Blog kann die kleinste Einheit (z.B. Überschrift) geteilt werden.
- Eine WordPress-Seite ist ein prima Ankerpunkt.
- Lange durchhalten, Regelmässigkeit, keine Perfektion
- Nicht sofort auf das Geld schießen, doch Ziele

festlegen.

Kurz zuvor haben wir auf dem „Swiss Digital“ einen Reisevertreter gefragt, ob denn unsere Webseiten eher Blogs oder Webseiten ausmachen. Die Frage konnte er nicht beantworten. Wir bauen hauptsächlich Informationsplattformen mit vielen Links.

Die EU hat nun einige Gesetze herausgebracht, die das Bloggen erschweren und das Urheberrecht (unserer Meinung nach) zu stark betonen. Eine Linksetzung soll strafbar sein? Was bedeutet ein Urheberrecht, als Liedermacher? Basieren meine Lieder doch auf Erfahrungen mit anderen Menschen, und oft wird mir für eine bessere Wortwahl geholfen.

Sprechen wir doch lieber von Gemeinschaftsprojekt und vom Wissen-teilen, als uns mit Rechten zu blockieren.

Wir betonen hier, dass wir stets Privatsphäre hochhalten und Inhalte selbst gestalten. Danke für den Vortrag am Meetup, wir wünschen uns Mut zum Bloggen und sind gespannt, wie die Entwicklung „many to 1“ weiterhin verläuft.

Hier ist die Präsentation, danke nochmals für den Abend.

[Vortrag Blogging am WordPress Meetup Bern](#)

Journalist oder Blogger – warum lassen wir uns unterscheiden?

Bei jeder Presseakkreditierung gilt „Blogger“ als Unwort. Sie müssen Zahlen zu Reichweiten und Klicks melden und Follower haben. Es klappt selten, dass Blogger ihr Hobby finanzieren.

Einsatz wird nur honoriert, wenn die Zahlen stimmen.

Jeder kann bloggen, genauso kann jeder journalistisch tätig sein. Das bedeutet zu einem Thema recherchieren, Zusammenhänge aufzeigen, bei der Meinungsbildung helfen. Sei dies für eine Vereinszeitung oder das Fernsehen.

Blogger oder Journalist, beides sind freie Berufe ohne Zulassung, und die Bewährung erfolgt am Markt. Glück hat der, welcher für ein Medium angestellt wird. Für Journalisten wird das immer herausfordernder und für Blogger bleibt es eine Ausnahmesituation.

Dann entstehen ferner verfahrenere Situationen; einen Blogger unterstützt ein Ghostwriter, oder ein Journalist dient als Ideenlieferant.

Doch weshalb braucht es diese Unterschiede zum Journalisten? Wir engagieren uns für die Leser, liefern Inhalte, bilden und unterhalten. Ehrliche Nachrichten werden geliefert, dafür investieren wir Zeit und Idealismus, finanzielle Vorteile machen lediglich einen schöner Nebeneffekt aus.

Unsere Leser belohnen uns aber mit Aufmerksamkeit, Kommentaren und Diskussionen. Wir leben von Zusammenarbeit. Das gilt auch für die Veranstalter. Wenn wir unsere Legitimation verfassen, sollte eine Antwort selbstverständlich sein. Das ist immer weniger der Fall. Kontingente sind meistens überflüssig und beschränken die Meinungsbildung. Wenn unsere Arbeit nicht einmal ein Eintritt wert ist, wie sieht es mit der Wertschätzung generell aus?

Von daher sollten wir uns als authentische Menschen ergänzen, die Inhalte aufnehmen und ihre Persönlichkeit leben können. Es darf nicht sein, dass journalistische Arbeit unsinnig finanziell sanktioniert wird.

Hochschulkontakte



Wir haben die Hochschulen entlang unserer monatlichen Fahrstrecke von Wettingen nach Selb kontaktiert. Weingarten, Ulm, Aalen, Ansbach, Nürnberg, Bayreuth. Hier die [Ausschreibung](#);

Studenten können sich mit Ihren Ideen beteiligen, wir planen das Projekt lediglich einem Team zu vergeben.

Gerne bieten wir die Übernachtung zu den [Google Seminaren](#) in Zürich an. Es können dort Kurse besucht und die Zertifizierung gemacht werden.

Mittlerweile hat sich viel geändert, mehr Webseiten, ein besseres Beziehungsnetz, spannende Projekte. Dennoch ich bin alleine und kann maximal ein Projekt mit Studenten zeitlich stemmen. Geld gibt es, wenn das Projekt Geld abwirft und da gebe ich gerne. Vor allem wollen wir Webinhalte verbessern und ausgezeichnete Kenntnisse in WordPress vermitteln.

Ich wohne in Baden in einer geräumigen 2 Zimmer Wohnung mit Küche, Stadtrand, ruhige Lage. Ein Künstlerhaus in Selb, Bayern, steht ebenfalls zur Verfügung. Ich freue mich auf Anfragen von Studierenden.

[Künstlerreisen – weshalb diese Webseite?](#)