

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.