

Mit Themenreisen auf Spurensuche

Ein Reiseziel aufgrund alltäglich relevanter Themen auswählen.

Mit Porzellan fing es an, seitdem sind so einige Alltagsthemen hinzugekommen. Alle versprechen sie informative Spurensuche und Beschäftigung mit einem bestimmten Thema.

Auch ein Thema, nach den ersten Recherchen geht es darum Reisepartner zu finden.

Alles begann mit der Frage, wie man bei Google „Position 1“ einnehmen kann. Dann unser Testfall, Reisen in die Porzellanstadt Selb; es hat geklappt, eine gute Webseite mit „WordPress“, deren Eintrag in Verzeichnissen, die Anmeldung bei Suchmaschinen, Sitemaps, Einsatz von Twitter, Facebook und YouTube, viele interessante Links, einige Links zur Webseite, Presseartikel, Einbezug von Themen des Wettbewerbs. Insgesamt drei Monate Arbeit, „geschafft.“

Am Ende wusste man genau, wie zu positionieren, welches die beste Zielgruppe ist, und wie diese am günstigsten erreicht wird.

Es bereitete Spass, und heut kann an den Erfolg angeknüpft werden. Dafür sind viele Projekte aufgegleist, die gemeinsam vermarktet werden können. In der Schweiz sind das Schokolade, Uhren, Käse, aber auch der Jura. Es gibt weitere Ideen für Sekt, Schnaps und für Winzer, für Blumen, Obst, für Agrotourismus und zahlreiche mehr. Seit 18 Monaten werden über 40 Portale gefüllt, jetzt startet die Arbeit mit sozialen Medien.

Einige Nr. 1 Positionen sind bereits erkämpft, was es braucht ist die gemeinsame Arbeit an einem Thema. Vor allem mit geschickten Verknüpfungen und sich ergänzenden Aktivitäten

kann viel erreicht werden. Ein gute Zusammenarbeit kann Beachtliches zu Tage fördern und Authentizität herauschälen.

Heute bestehen über 5000 Bilder, mehr als 1000 Beiträge auf über 40 Portalen, das intelligent verlinkt; insoweit eine nützliche Grundlage.

Für Reiseunternehmer ergibt es ein Fundus an Ideen, und die Portale wachsen stets mit Inhalten wie Erfahrungen und Reiseideen. Darin involviert sind „MitMachideen“ und „Know“, welche transparent zugänglich sind.

Dennoch braucht es Vermarktung und dafür finanzielle Mittel, welche gemeinsam aufgebracht werden sollten. Wichtig sind lokale Ideen für Tourismus und gemeinsames Schaffen. Lohnenswerte Nischen, die sich von der Konzentration auf Reiseziele abheben, werden aktuell wenig vermarktet.

Tourismusmarketing mit kleinen Budgets ist eine hohe Kunst. Die nationalen Tourismusverbände setzen vor allem auf bekannte Ziele und viele Reisende. Das bringt aber vielen Regionen wenig.

Was mit lokaler Vernetzung und entsprechenden Aktionen? Neben harter Arbeit kostet dies insbesondere Zeit und Überzeugungsarbeit.

Veröffentlichung auf unserer Webseite zum Download;
www.reisezeit.ch/pressearchiv

Bilder bei Pixabay kostenlos und copyrightfrei
www.pixabay.com

Quellen:

Erfahrung als Reiseveranstalter, Gespräche, Infoveranstaltungen

mittlerweile 18 Monate aktive Spurensuche und über 40 Portale, das Verzeichnis

www.themen.reisen

Stephan Zurfluh

Brisigstrasse 24
CH-5400 Baden

+41 56 426 54 30
office@gfie.net