



Auf dem Planeten Social Media wird die ganze Welt zur Cocktailparty!

Foto: Fkn

Macht mit bei der Cocktailparty für Millionen!

Eine Welle scheint uns zu überrollen. Ist sie eine Modeerscheinung, eine Revolution oder gar der größte Umbruch seit der Industrialisierung? Der Begriff „Social Media“ verfolgt uns auf Schritt und Tritt – ohne jedoch wirklich greifbar oder in sich erklärbar zu sein. Was steckt wirklich hinter Facebook, Foursquare, Twitter & Co.? Wie wichtig sind sie für die Hotellerie und Gastronomie? Ergeben sich ganz neue Möglichkeiten des Marketings und der (Stamm-) Gastpflege? Seid Ihr betroffen? In dieser neuen Serie erfahrt Ihr alles, was Ihr über Social Media wissen müsst.

Stellt Euch eine Cocktailparty vor: Die Gäste unterhalten sich miteinander, man hört zu, tauscht sich aus, bekommt interessante Informationen, lernt neue Leute kennen und baut Vertrauen auf. Genauso funktioniert Social Media – allerdings ohne Champagner und Häppchen, ohne eine feste Uhrzeit oder eine bestimmte Location.

Bei Social Media ist sozusagen immer eine Cocktailparty im World Wide Web am Laufen.

Wenn man Zeit und Lust hat, stößt man dazu, sieht sich nach Bekannten um und lernt neue Leute kennen. Und weil es so einfach ist, wie es klingt, machen auch so viele mit. Im Klartext beteiligen sich knapp 50 Prozent der Menschheit in irgendeiner Form an Social Media.

Allein diese Zahl sollte klar machen, dass jeder Hotelier und jeder Gastronom daran interessiert sein sollte, bei diesen „Cocktailpartys“ mitzumischen,

auf sich aufmerksam zu machen, eigene Themen zu setzen und im Idealfall eine Plattform für diese Partys zu bieten.

Versucht Euch zu erinnern: Was war das größte Fest, das Ihr bislang ausgerichtet habt? Waren da 100 Gäste, 1.000 Gäste oder noch mehr? An den Cocktailpartys, von denen wir reden, nehmen mehrere 100 Millionen potenzielle Gäste teil. Hier einige Zahlen, um die Dimensionen klar zu machen:

- ➔ Wenn Facebook ein Land wäre, dann wäre es das viertgrößte der Welt – gleich nach China, Indien und den USA – bis jetzt. Denn das Wachstum an Nutzern steigt täglich.
- ➔ Jeder achte Bundesbürger ist bereits auf Facebook und das im Schnitt täglich mehr als vier Stunden. Dabei liegt der höchste Zuwachs bei Facebook in den vergangenen Monaten bei Frauen zwischen 55 und 65 Jahren.
- ➔ Das lokale Empfehlungsportal

Qype wurde 2005 in Hamburg gegründet und erzielt mittlerweile rund 17 Millionen „Unique User“ (siehe Glossar) pro Monat, die meisten davon in Deutschland. Somit hat es sich zum wichtigsten Bewertungsmedium für Gäste und Gastronomen im Web 2.0 kapapultiert.

- ➔ Mehr als 70 Millionen verschiedene Blogs geistern weltweit durch das Internet, 600.000 davon sind deutschsprachig und 54 Prozent werden täglich aktualisiert. 34 Prozent der Blogger schreiben ausschließlich ihre Meinungen über Produkte, Marken und Restaurants.
- ➔ Und mehr als 2,7 Millionen Deutsche „twittern“ regelmäßig. 80 Prozent der „Tweets“, wie die Kurzmeldungen unter Nutzern genannt werden, geschehen von überall und zu jeder Zeit. Die anderen 20 Prozent werden zu festen Zeiten und von fixen Orten gemeldet.



Weil alle anders sind. MICROS-Fidelio Suite8

Stellen Sie Ihren Gast in den Mittelpunkt – mit all seinen individuellen Vorlieben. Dank des integrierten CRM-Tools der MICROS-Fidelio Suite8 ist dies ganz einfach. Die modulare Struktur ermöglicht eine optimale Anpassung an Ihre Anforderungen. Erfahren Sie mehr auf www.micros-fidelio.de oder per E-Mail an vertrieb@micros.com.

Besuchen Sie uns auf der Messe!

ALLES FÜR DEN GAST, Salzburg:
06.–10.11.2010, Halle 2 Stand 508



SM-Experte
Mirko Lange:
Social Media ist
wie ein Tag der
offenen Tür!“

Foto: Lange

Überlegt, was es allein bedeutet, wenn Gäste negative Erfahrungen in Eurem Lokal machen und darüber twittern! Stellt Euch vor, der Gast verkündet vielleicht schon direkt am Tisch über sein Smartphone dem Rest der Welt, dass das Schnitzel in Eurem Lokal zu fettig war. Auch, wenn die meisten Leser dieser „News“ in solchen Fällen „nur“ zuschauen, hat man doch eine enorme Verbreitung seiner Neuigkeiten.

500 Portale gibt es allein in Deutschland. Diese Anzahl ändert sich rasant, denn der Zulauf und das Geschäft mit Social Media hat längst begonnen.

Wie lässt sich der Begriff „Social Media“ also definieren? – Vereinfacht gesagt sind das Soziale Netzwerke und Netzgemeinschaften, die als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen. Sie bauen auf den technologi-

durch einen meist fremdbestimmten Informationsgehalt und eine Ansammlung von starren Webseiten und Homepages charakterisiert wurde, heißt es im Web 2.0: „Ich unterhalte selbst“. Das Netz ist in Bewegung geraten und liegt in der Hand jedes einzelnen: Wir suchen nicht mehr die Nachrichten, wir gestalten sie selbst oder sie kommen zu uns. – Die Cocktailparty ist überall!

Was heißt das für die Gastronomie? „Social Media ist nicht vom Leben abgekoppelt. Es ist der verlängerte Arm zum Gast. Man muss sich wie am Stammtisch um ihn kümmern, ihm Fragen stellen und mit ihm sprechen“, sagt Mirko Lange von der Münchner Agentur Talkabout. Er ist einer der führenden Social Media-Experten Deutschlands und selbst auf so manchem Portal unterwegs. „Viele lassen sich abschrecken, weil ein technisches Modul, wie zum Beispiel ein Computer, dazwischen ist.

Aber Social Media ist nichts Virtuelles. „Es sind Menschen – Gäste, zu denen man eine persönliche Nähe aufbaut“, fügt Andreas Steinbeisser hinzu. Der Kommunikations- und Marketingleiter von Sausalitos setzt gezielt und sehr erfolgreich auf das Werben neuer und bestehender Gäste per Facebook, Twitter und Co.. Er hat erkannt, dass es den Gästen viel wichtiger ist, wie ihre Lokale bewerten, als auf die Meinungen von Profi-Testern zu hören.

In dieser Serie wollen wir das System „Social Media“ Stück für Stück erklären und Euch einen Leitfaden durch den Dschungel der unzähligen Möglichkeiten geben. Es gilt, Fragen zu beantworten wie:

Infokasten 1 Wissen, was über Euch geredet wird!

Und so findet Ihr alles, was im Netz über Euch geschrieben wird: Geht auf Google und gebt im Suchfeld das Wort „Alerts“ ein – das sind Suchbegriffe, die Ihr bestimmen könnt. Es erscheint dann eine vorgegebene Maske. Dort gebt Ihr einfach einen Begriff oder den Namen Eures Lokals ein. Einmal täglich sucht Google dann das gesamte Internet nach diesem Begriff oder dem Namen ab – und Ihr werdet per E-mail informiert, was da draußen so passiert!

- Welche Voraussetzungen sind nötig, um bei Social Media mitzumachen?
- Welcher Zeitaufwand ist nötig?
- Wie sieht der finanzielle Rahmen aus?
- Was sind die wichtigsten Plattformen für Wirte?
- Welche Gastro-Erfolgsgeschichten im Social Media-Bereich gibt es bereits?
- Was waren die größten Flops?
- Was sind die schlimmsten Todsünden bei Social Media?

Greifen wir das Beispiel der „Schnitzel-Beschwerde“ von eben noch einmal auf, um die Möglichkeiten und Gefahren aufzuzeigen, denn diese Situation ist Euer tägliches Risiko: Ein Gast

Infokasten 2 Der schnelle Erfolg von Social Media

Um 50 Millionen Menschen an sich zu binden, hat das Radio 38 Jahre gebraucht. Das Fernsehen war da schon schneller und benötigte lediglich 13 Jahre. Doch mit dem Internet hat eine neue Ära begonnen. Bereits nach vier Jahren gab es 50 Millionen Anschlüsse. Innerhalb von nur drei Jahren verkaufte Apple dieselbe Zahl an I-Pods. Und Facebook brach alle Rekorde: Nach weniger als neun Monaten gab es 100 Millionen Nutzer – Tendenz steigend!

Diese Zahlen zeigen, dass Social Media gigantische Massen bewegt. Denn neben den Portalen, die einen großen Bekanntheitsgrad genießen, gibt es weitere, unzählige Möglichkeiten, den Gast im Netz abzugreifen und an sich zu binden. Mehr als

schen Grundlagen des Web 2.0 auf, dessen Möglichkeiten so vereinfacht sind, dass die Nutzer schnell und unkompliziert den Inhalt des Internets selbst beeinflussen. Während das Motto im Web 1.0 lautete „Ich lasse mich unterhalten“ und das Angebot

Wir vermieten: Gläser, Bestecke, Porzellan, Küchentechnik, Mobiliar, Lounge Möbel, Hussen, u.v.m.




Alles klar!

Wir verleihen Ihrer Feier Glanz



Alles klar! München
Gotzinger Straße 48
81371 München
Tel. 089-7211000
Fax 089-7211838
muenchen@allesklar-verleih.com

Alles klar! Rosenheim
Theodor-Gietl-Straße 4
83022 Rosenheim
Tel. 08031-32096
Fax 08031-32097
rosenheim@allesklar-verleih.com

www.allesklar-verleih.com – die erste Adresse für Ihre Veranstaltung!



Foto: Steinbeisser

SM-Experte Andreas Steinbeisser:
„Social Media ist nichts Virtuelles. Es sind Menschen, zu denen man eine persönliche Nähe aufbaut.“

ist unzufrieden über seinen Besuch im Lokal xy. Das wissen die, die dabei waren, außerdem erzählt er einer Handvoll Freunden und Bekannten davon. Im Schnitt erfahren ca. ein Dutzend Leute davon. So war es früher zumindest.

Heute beschwert sich dieser Gast auf Facebook über seinen Lokal-Fehlschlag und das können Hunderte, sogar Tausende mitbekommen. Doch ist das jetzt eine Katastrophe für den betreffenden Wirt?

Es kann auch eine Riesenchance sein. Wenn der Wirt zeitnah von der Beschwerde Wind bekommt (siehe Infokasten 2) und richtig und gelassen reagiert. Wenn Ihr in diesem Moment den Dialog sucht und dem Gast einen neuen Versuch bei einem Essen oder Drink aufs Haus anbietet, habt Ihr ihn nicht nur wieder besänftigt, sondern etwas verändert. Ihr habt einen offenen Angriff souverän pariert

und alle 1000 User, die das hören, denken: „Hey, das ist aber ein guter Typ“. Ab jetzt haben sie Euch und Euer Lokal gespeichert. So einfach, so gut.

„Social Media ist wie ein Tag der offenen Tür und das ist was Gutes. Es schafft Vertrauen“, meint Mirko Lange. Die Cocktailparty wird zu einem hautnahen Beisammensein, obwohl man nicht vor Ort ist.

An diesem Beispiel wird auch klar: Unabhängig davon, ob Ihr bei Social Media mitmacht oder nicht: Eure Gäste tun es und reden über Euch! Sprich: Ihr seid drin, ob Ihr wollt oder nicht – Willkommen in der Welt des Socialnomics!

„Aber wenn ich selber aktiv bin, kann ich kontrollieren, was über mich gesprochen wird und aktiv an der Meinungsbildung über mich teilnehmen. Ich kann Aktionen starten und für mich werben“, so das Credo von Andreas Steinbeisser. Sein Berufsalltag wird von dem Motto bestimmt: „Zuerst zuhören, dann verkaufen!“ – Erst lesen, was über Sausalitos geschrieben wurde, dann die richtigen News gezielt unter die Leute bringen. Er hat für sich erkannt, dass Social Media keine modische Zeiterscheinung ist, sondern eine radikale Veränderung des sozialen Verhaltens bewirkt und damit eine neue Epoche der Kommunikation eingeleitet hat. Und für Mirko Lange lautet die entscheidende Frage nicht mehr: „Bin ich bereit für Social Media und mache ich mit?“ – sondern: „Was mache ich genau, wie und wo?“

Anja Hanke

*In Folge 2:
 Die Voraussetzungen und der Einsatz,
 um bei Social Media mitzumachen.*

GLOSSAR

Blog = Ein Blog ist ein einsehbares Tagebuch oder auch Journal, das auf einer Webseite geführt wird. Es enthält Aufzeichnungen, Sachverhalte oder Gedanken und bildet somit für Autor und Leser ein einfaches Medium, um Aspekte des eigenen Lebens und Meinungen zu spezifischen Themen zu äußern. Man kann aber meist auch direkt im Chat (einer Art Online-Sprachraum) miteinander zu diesen Meinungen diskutieren.

Smartphone = Ein Smartphone ist ein leistungs- und internetfähiges Mobiltelefon, das um einen Personal Digital Assistant (PDA) erweitert ist. Damit können zusätzliche Programme (sogenannte Apps) mit neuen Funktionen ganz individuell vom Anwender genutzt werden. Und so kann man z.B. von überall ins Internet gehen.

Unique User = Das sind einzelne Nutzer. Die Anzahl der Unique User gibt an, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum Kontakt zu einem Portal hatten. Sie sind die Grundlage für Berechnungen von Reichweiten, Verhalten und Altersstrukturen.

Socialnomics = So bezeichnet man die Veränderung der Medienwirtschaft und Gesellschaft durch Social Media.

(Dieses Glossar wird in jeder Folge erweitert!)

Ihr Berater in
 Sachen Fleisch



**SIEGNER FLEISCH
 & PARTNER GMBH**

www.siegner-fleisch.de



**Wir sind so flexibel, wie
 Ihre Wünsche vielfältig.**

Besuchen Sie uns auf der Fachmesse „Alles für den Gast“, Salzburg, in Halle 12, Stand 601, um in einem individuellen Beratungsgespräch unsere Leistungen kennenzulernen.



Alles für den Gast

6. - 11. November 2010
 in Salzburg, Halle 12, Stand 601

