

Online-Kommunikation in Zeiten von Corona

Checkliste für Tourismusbetriebe

Die Tourismusbranche steht gerade vor ihrer vielleicht härtesten Prüfung. Kurzarbeit, Betriebsstilllegungen, Liquiditätsprobleme – das alles sind Themen, mit denen UnternehmerInnen sich jetzt beschäftigen müssen.

Zu den betriebswirtschaftlichen Fragen gehört auch das Marketing, und gerade das darf jetzt nicht ruhen. Aber nicht nur Buchungen für später stehen jetzt im Vordergrund, sondern vor allem: **kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren.** Mit Kollegen, mit Geschäftspartnern und am wichtigsten: mit Gästen. Der Faden darf gerade jetzt nicht abreißen. Damit neue und Bestandskunden da sind und sich an Sie erinnern, wenn es „nach Corona“ wieder losgeht.

- ✓ Halten Sie Ihre (potentiellen) Gäste gerade in dieser unsicheren Zeit mit regelmäßig aktualisierten Informationen auf dem Laufenden.
- ✓ Zeigen Sie, dass Sie noch da sind, auch wenn das Hotel oder das Restaurant geschlossen ist.
- ✓ Machen Sie weiterhin das, was Ihre Leidenschaft ist: Gästen genau das bieten, was sie zum Wohlfühlen brauchen. Dazu benötigt es dieser Tage etwas Kreativität und den Wechsel ins Digitale.
- ✓ Pflegen Sie den digitalen Kontakt zu Ihrem Netzwerk, solidarisieren Sie sich online mit Kollegen.



E-Mail & Telefon

- E-Mails von Accounts, die derzeit nicht oder nicht regelmäßig gelesen werden (z.B. von Mitarbeitern in Kurzarbeit), **auf die zentrale Mailadresse umleiten**
- wenn E-Mails seltener als sonst bearbeitet werden können: **automatische Antwort** einrichten mit der Bitte um Geduld und Verständnis bei verzögerter Bearbeitung
- Anrufe von Telefonen, die derzeit nicht besetzt sind, **auf die zentrale Rufnummer umleiten**
- **Anrufbeantworter** besprechen, wenn die telefonische Erreichbarkeit eingeschränkt ist, und alternative Kontaktmöglichkeiten benennen

Website, Google MyBusiness, Facebook-Seite & Co.

- **Öffnungszeiten** anpassen
- ggf. **Kontaktdaten** aktualisieren
- **aktuelle Hinweise** zu Erreichbarkeit, Schließung oder alternative **Angebote** (z.B. außer-Haus-Lieferung) veröffentlichen
- Angebote und Veranstaltungen, die in den bisher bekannten „Corona-Zeitraum“ fallen, **entfernen** (Oster-Specials, Events etc.)

Onlineverkauf und -werbung:

- **Online-Buchbarkeit** auf eigenen Kanälen und bei Drittanbietern für Termine im bisher bekannten „Corona-Zeitraum“ sperren
- **prüfen**, welche kostenpflichtigen Anzeigen aktuell geschaltet sind (Google Ads, Facebook Ads usw.)
- Sinnhaftigkeit der Anzeigen hinterfragen und
 - Kampagnen **pausieren** (in den meisten Fällen sinnvoll)
 - *oder* Anzeigentexte an die aktuelle Situation **anpassen**

Facebook, Instagram, XING, Newsletter & Co.

- **Kanäle (re)aktivieren** und regelmäßig, ehrlich, sympathisch und persönlich kommunizieren
- **Lust auf Urlaub** „nach Corona“ verbreiten
- überlegen, in welcher Situation Ihre Zielgruppe sich gerade befindet:
 - welche Herausforderungen haben Ihre Gäste gerade zu lösen (Homeoffice, Kinderbetreuung, Sehnsucht nach Bewegung in der Natur...)?
 - mit welchen Inhalten können Sie Ihren **Gästen jetzt helfen?** *5 Ideen finden Sie auf Seite 2 dieser Checkliste.*
- verfolgen, was andere Branchenvertreter gerade bei Instagram posten und sich mit gemeinsam genutzten Hashtags **virtuell solidarisieren**
- **Gruppen** zum Austausch mit Kollegen nutzen