

14.03.2011 - 11:35 Uhr

ITB Mediengipfel über Reisejournalismus und Social Media: "Lieber mehr zuhören, als ständig reden."

Hamburg (ots) -

Erfolgreiche Tourismus-PR in Zeiten von Social Media zeichnet sich eher durch intensives Zuhören aus als durch ständige Verlautbarungen von Reiseveranstaltern und Destinationen, so das Fazit des ITB Mediengipfels vom vergangenen Freitag. Knapp 450 Tourismus-Experten und Journalisten verfolgten die gemeinsame Diskussionsveranstaltung der dpa-Tochter news aktuell, Landau Media, Wilde & Partner und der ITB Berlin. Der Titel des ITB Mediengipfels 2011 lautete "Auf wen hört der Kunde? Mobile Apps und Soziale Netzwerke oder Hochglanz und Qualitätsjournalismus?". Publizist Hajo Schumacher moderierte die Runde.

Dass der Reisejournalismus durch den Siegeszug des Internets einem großen Veränderungsdruck unterliegt, unterstrich Jürgen Dresek. Der Vorsitzende der Vereinigung Deutscher Reisejournalisten (VDRJ) sagte, dass die Berichtersteller aufhören müssen, die tradierten Vertriebswege zu verfolgen. "Der Reisejournalist darf keine Angst vor den neuen Medien haben. Er ist noch immer vorsichtig, was Social Media betrifft." Andererseits betonte Dresek, dass die Wirkungskraft von Facebook und Twitter für die Reiseberichterstattung noch am Anfang stehe. "Dass die maßgeblichen Diskussionen in sozialen Netzwerken stattfinden, ist derzeit noch Mumpitz."

Einen hohen Stellenwert in der Kommunikation attestierte Christoph Engl, Direktor der Südtirol Marketing Gesellschaft, den sozialen Netzwerken. Für ihn besteht eine erfolgreiche Kommunikation zum großen Teil heute darin, genau zu beobachten, was bei Facebook oder Twitter über eine Destination gesagt wird. "Gute PR macht man heute, indem man mehr zuhört, als ständig nur zu reden." Außerdem stellte er fest, dass die klassischen Journalisten-Gruppenreisen mittlerweile der Vergangenheit angehören. "Wir kümmern uns in erster Linie um die Qualität unserer Destination, damit die Journalisten auch etwas zu schreiben haben. Journalisten berichten sowieso eher über den Lebensraum insgesamt als über einzelne Hotels oder Seilbahnen dort."

Ein Plädoyer für guten Reisejournalismus hielt Chefredakteur Claus Strunz vom Hamburger Abendblatt. Für den Journalisten, der in Kürze auf Sat.1 mit einer eigenen Talkshow präsent sein wird, ist der Reisetil einer Zeitung wie "20 Minuten Urlaub auf der Couch". Trotzdem seien die Herausforderungen für die Blattmacher heute enorm. "Wir Journalisten kommen ja aus einer Kuschelzeit. Aber das ist vorbei. Es hat durch die digitale Revolution ein kompletter Wandel stattgefunden. Jeder muss sich absolut darauf besinnen, was seine Stärken sind."

Ähnlich argumentierte Moritz von Laffert, Geschäftsführer von Condé Nast Deutschland. Der internationale Verlag veröffentlicht erfolgreich das Magazin Condé Nast Traveller in mehreren europäischen Ländern und bietet diverse Apps an. Von Laffert betonte, dass sich guter Reisejournalismus auch heute auf das Wesentliche konzentrieren müsse. "Wenn es darum geht, Menschen in einem positiven Sinne zum Thema Reisen zu inspirieren, dann kann man nicht auf jede politische Facette eingehen. Das muss man trennen", so der Verlagsgeschäftsführer in Anspielung auf das aktuelle Geschehen im arabischen Raum.

Stefan Keuchel von Google Deutschland ging während der Diskussion auf das grundsätzliche Verhältnis der Deutschen zum Internet ein. Wenn man sich über zukünftige Reiseziele informiere, dann "geht das ganz klar in Richtung online". Aber nur eine Minderheit setze dabei bereits auf Social Media, so Keuchel. Der Grund dafür sei eine weit verbreitete Skepsis der Deutschen gegenüber den neuen Kommunikationsmitteln. "Das Problem ist, dass viele Leute das Internet immer noch als Gefahr sehen."

Über den ITB-Mediengipfel: Der ITB-Mediengipfel ist eine gemeinsame Initiative der dpa-Tochter news aktuell, des Medienbeobachters Landau Media und der Agentur w&p Wilde & Partner Public Relations in Zusammenarbeit mit der ITB Berlin. Die Veranstaltung fand 2011 zum zweiten Mal statt. Die Veranstaltung auf dem ITB Berlin Kongress richtete sich an Journalisten, Medien- und Verlagsvertreter sowie an die Verantwortlichen der Kommunikation und des Marketings von Reiseveranstaltern, der Online-Reiseindustrie, Luftfahrt und Hotellerie sowie von Tourismusorganisationen gleichermaßen.

Blogbeitrag:

<http://www.mediacoffee.de/node/7295>

Mediengipfel auf Facebook:

<http://www.facebook.com/Mediengipfel>

Fotoalbum auf Facebook:

<http://on.fb.me/e6L6dU>

Mediengipfel auf Twitter:

<http://twitter.com/#!/search/%23itbmg>

Die Initiatoren des ITB-Mediengipfels:

www.newsaktuell.de; www.landaumedia.de; www.wilde.de

Kontakt:

news aktuell GmbH
Leiter Unternehmenskommunikation
Jens Petersen
Telefon: 040/4113 - 32843
Fax: 040/4113 - 32855
petersen@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100620799> abgerufen werden.