

Social-Media für Gastgeber



Über mich:



- **Carolin Eigstler, 27**
- **Einzelhandelskauffrau und Kauffrau für Marketingkommunikation**
- **seit 2021 im Bereich Social-Media für Unternehmen tätig**
- **seit 2023 selbständige Social-Media Managerin**

Ablauf:

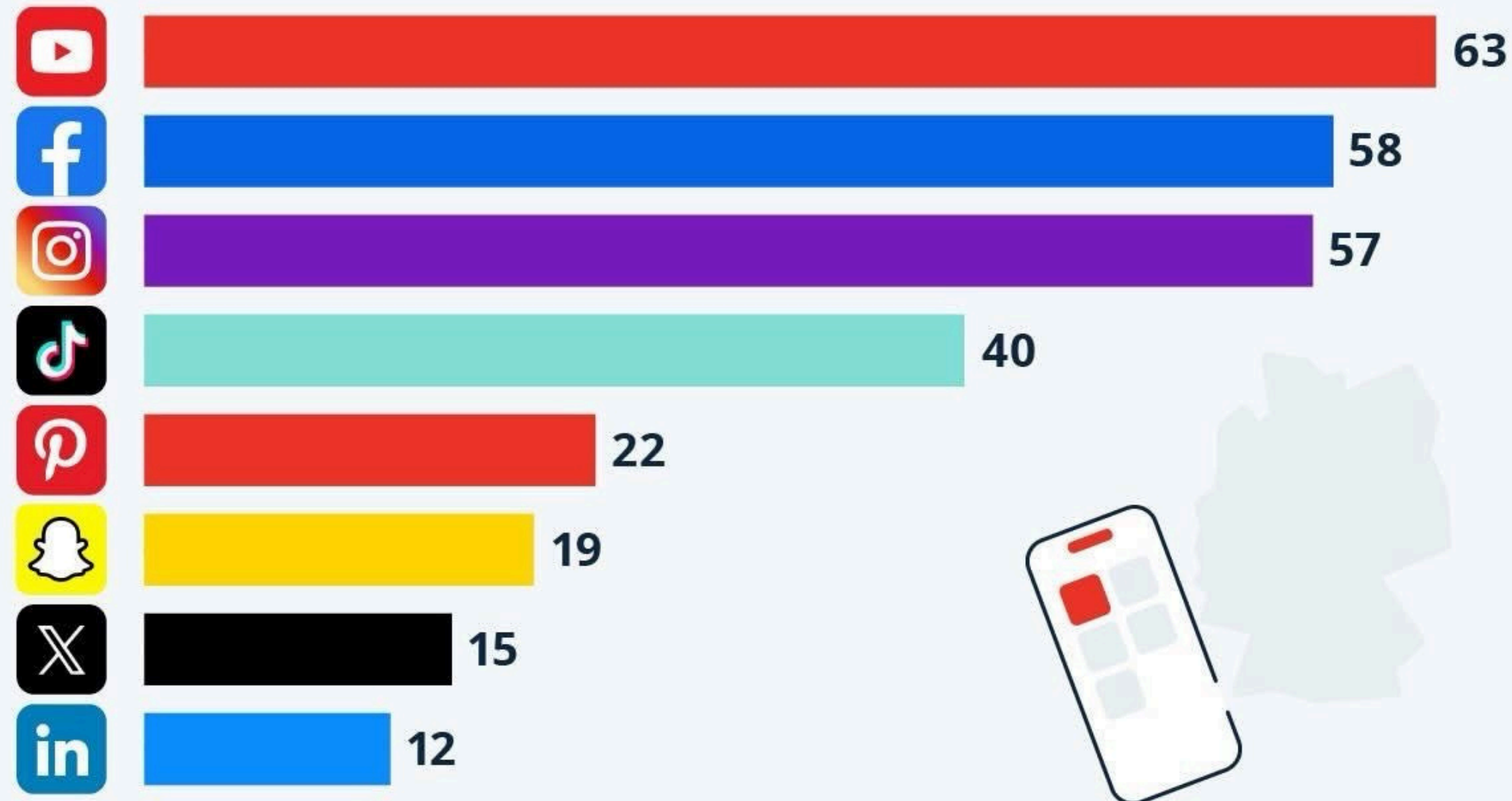
- **Brauche ich Social-Media als Gastgeber?**
- **Überblick Plattformen**
- **Wann und wie häufig posten?**
- **Wie bekomme ich Interessierte dazu bei mir zu buchen?**
- **Welche Rolle spielen Bewertungen?**
- **Wie schaffe ich es Vertrauen aufzubauen?**
- **Meine Tipps**



**“Brauche ich als
Gastgeber wirklich
Social-Media oder
reicht mir eine
Buchungsplattform?”**

Diese Sozialen Netzwerke nutzen die Deutschen

Anteil der Befragten, die folgende Soziale Netzwerke regelmäßig nutzen (in %)*



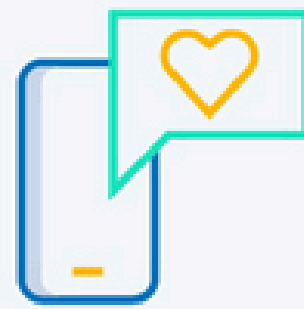
* exkl. Instant Messenger wie z.B. WhatsApp

Basis: 26.918 Befragte (18-64 Jahre) in Deutschland; Okt 2023 bis Sep 2024

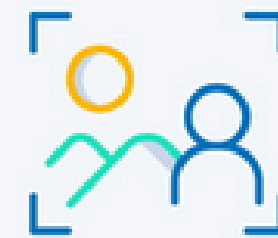
Quelle: Statista Consumer Insights

SOZIALE MEDIEN PRÄGEN REISEERLEBNISSE

Anteil der weltweit Befragten, die den folgenden Aussagen zustimmen



75 %
werden durch soziale Medien zu einer Reise an ein bestimmtes Ziel inspiriert



57 %
nehmen auf ihren Reisen gerne Inhalte für ihre Social-Media-Konten auf



51 %
Die meisten Inspirationen, wo sie auf Reisen essen gehen und was sie essen möchten, kommen aus den sozialen Medien



49 %
Die Hauptmotivation für eine Reise im Jahr 2023 ist, ein Ziel zu besuchen, das auf Fotos/Videos gut aussieht



48 %
wollen dorthin reisen, wo sie „in den sozialen Medien angeben können“

Quellen: 2023; 1000 Befragte; American Express, Morning Consult via Statista



Bali, Indonesien



Kappadokien, Türkei



Santorini, Griechenland

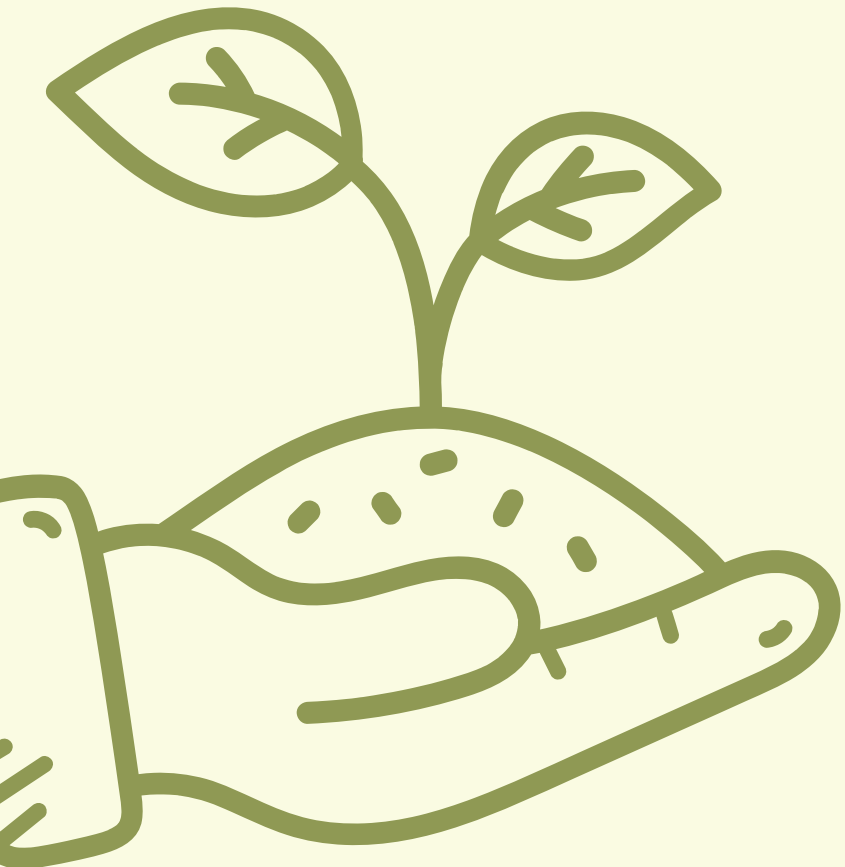
Nur Buchungsplattform?

- **Hohe Konkurrenz -> fehlende Sichtbarkeit**
- **Hohe Provisionen und Abhängigkeit**
- **Direkte Kundenbindung & Vertrauen**
- **Mehr Kontrolle und kreative
Umsetzungsmöglichkeiten über Social-
Media**

Was bringt mir ein Social-Media Auftritt?

- Höherer Wiedererkennungswert
- Erhöhter Website Traffic
- Signale für Suchmaschinen z.B. Google
- Einfache Kundenkommunikation

=> Wettbewerbsvorteil



Bevor Sie starten...

**...definieren Sie ihre
Zielgruppe!**



Ablauf:

- **Brauche ich Social-Media als Gastgeber?**
- **Überblick Plattformen**



**“Welche Plattformen
sind am wichtigsten?”**

Hauptzielgruppe

facebook	25-54
instagram	18-34
pinterest	25-45
linkedin	b2b
tiktok	16-30



Facebook

- **Ideal für lokale Community-Pflege & Gruppen**
- **Gut für Werbung & gezielte Promotion von Sonderangeboten**



Instagram

- **Perfekt für (visuelles) Storytelling mit hochwertigen Bildern & Reels**
- **Gute Plattform für Kooperationen mit Reise-Influencern**



Pinterest

- **Gut für langfristige Inspiration mit hochwertigen Bildern & Guides**
- **Perfekt für SEO-optimierte Inhalte zu Reiseempfehlungen**
- **Geeignet für Gastgeber von hochwertigen/hochpreisigen Unterkünften**

Ablauf:

- **Brauche ich Social-Media als Gastgeber?**
- **Überblick Plattformen**
- **Wann und wie häufig posten?**



**“Wann und wie häufig
sollte ich posten?”**

- **So häufig wie möglich**
- **Beste Zeiten TikTok, Instagram, Facebook, Pinterest:
Abends (~17-22 Uhr)
*LinkedIn ist die Ausnahme
(7-9 Uhr und 12-14 Uhr)**
- **Wichtig: Zielgruppe beachten**

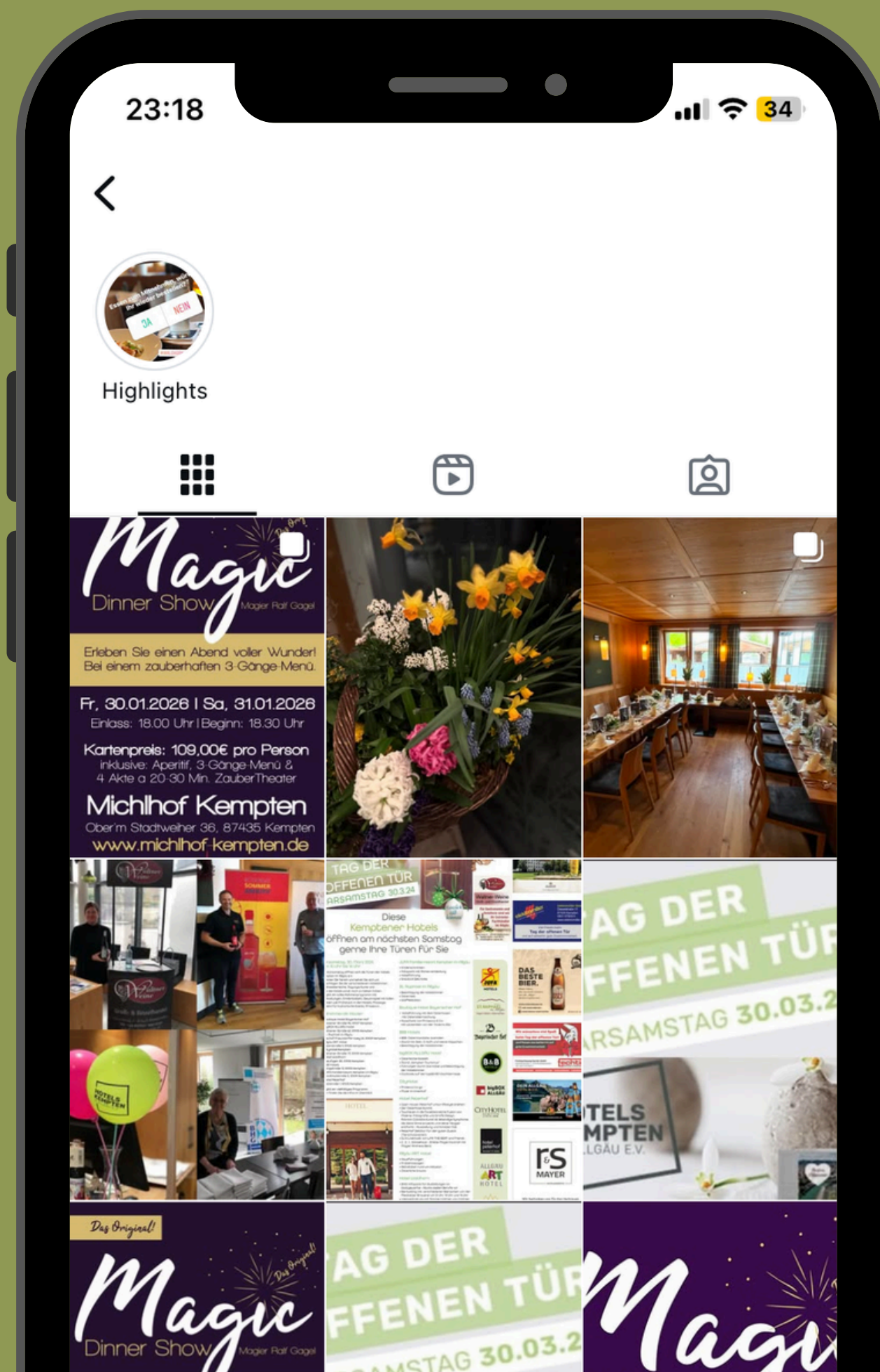


Ablauf:

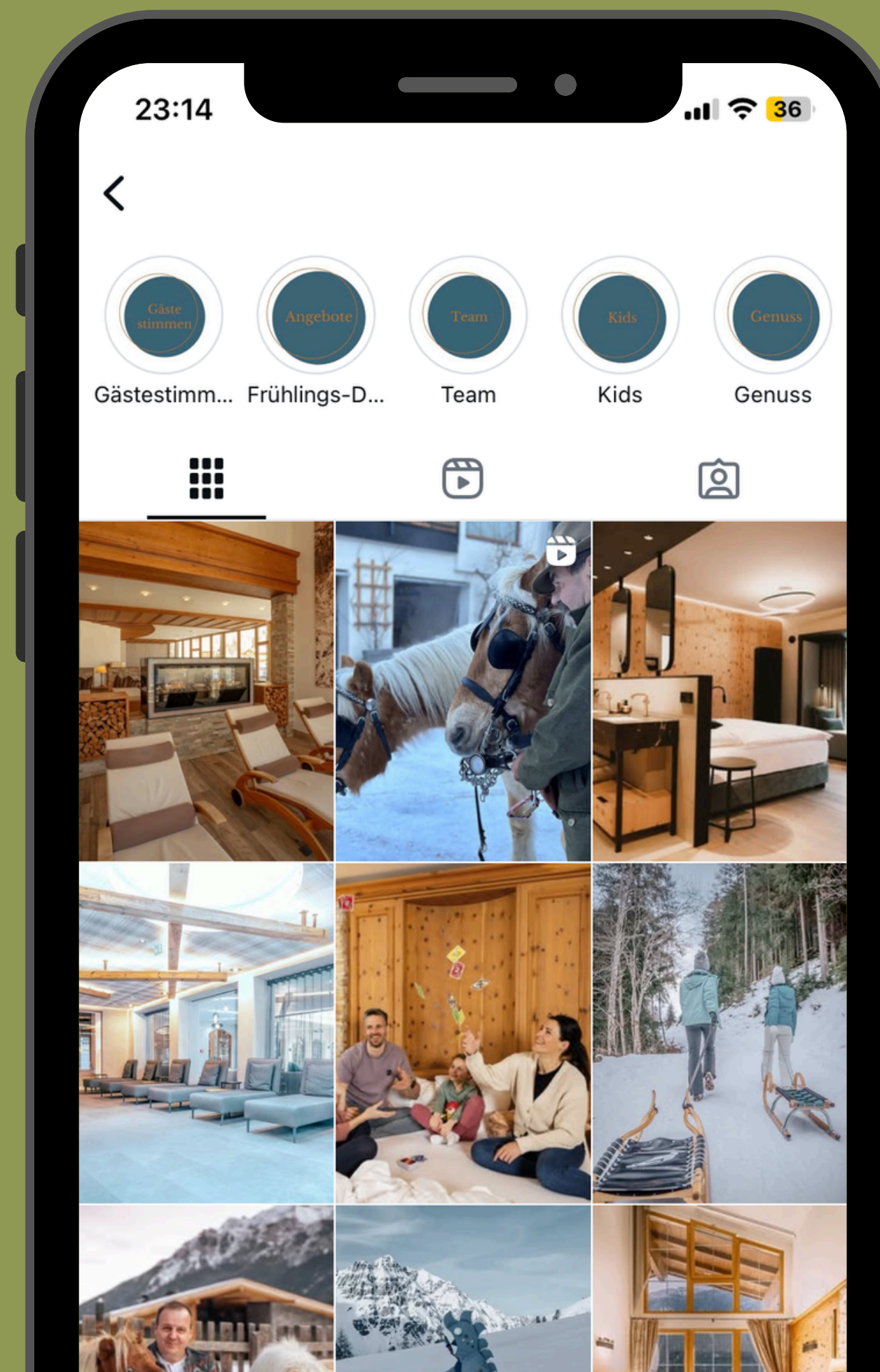
- **Brauche ich Social-Media als Gastgeber?**
- **Überblick Plattformen**
- **Wann und wie häufig posten?**
- **Wie bekomme ich Interessierte dazu bei mir zu buchen?**



**“Wie bekomme ich
Interessierte dazu bei
mir zu buchen?”**



Oder



Verkaufen über Social-Media:

- **Der 1. Eindruck zählt (“Halo Effekt”)**
- **Klare Struktur, übersichtlich**
- **Durchschnittlich 7 Berührungspunkte**

Was bieten Sie an?

Wie macht es mein Leben besser?

Was muss ich tun, um es zu bekommen?

Starkes visuelles Storytelling

- **Zeige Emotionen & Erlebnisse**
- **Authentizität schlägt Perfektion**
- **Beste Umsetzungsform: Reels**

Exklusive Angebote & Verknappung

- **Spezielle Rabattcodes für Follower**
- **Zeitlich begrenzte Angebote**
- **Sonderaktionen und Gewinnspiele**

Buchung einfach gemacht

- **Buchungslink in Bio**
- **Story und Highlights mit Verfügbarkeiten**
- **Call to Actions (CTA) nutzen**

Direkte Kommunikation mit Interessenten

- **Antworten auf DMs & Kommentare in Echtzeit**
- **Q&A-Storys machen**
- **Live-Videos für persönliche Einblicke nutzen**

Ablauf:

- **Brauche ich Social-Media als Gastgeber?**
- **Überblick Plattformen**
- **Wann und wie häufig posten?**
- **Wie bekomme ich Interessierte dazu bei mir zu buchen?**
- **Welche Rolle spielen Bewertungen?**



**“Welche Rolle spielen
Bewertungen?”**

“Social-proof”

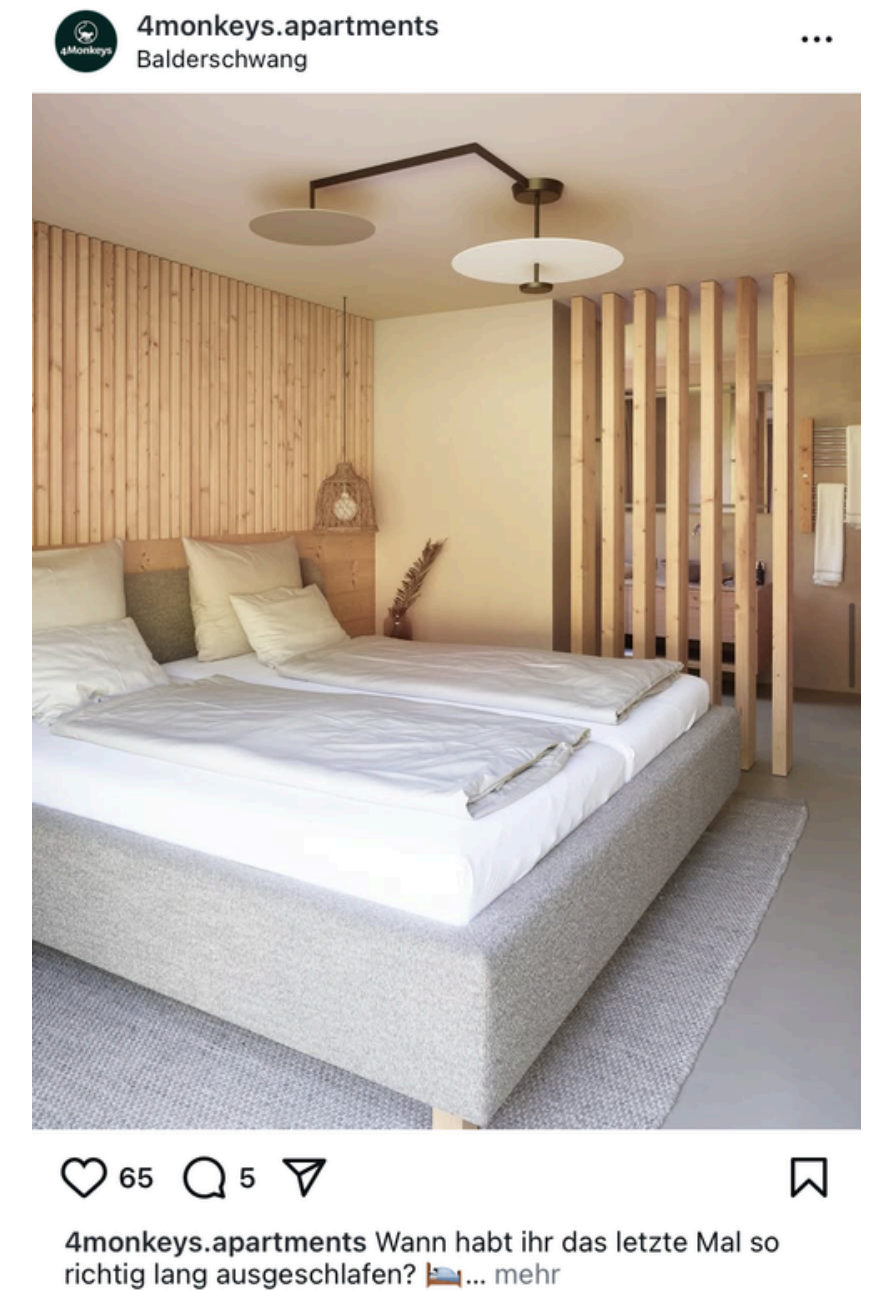
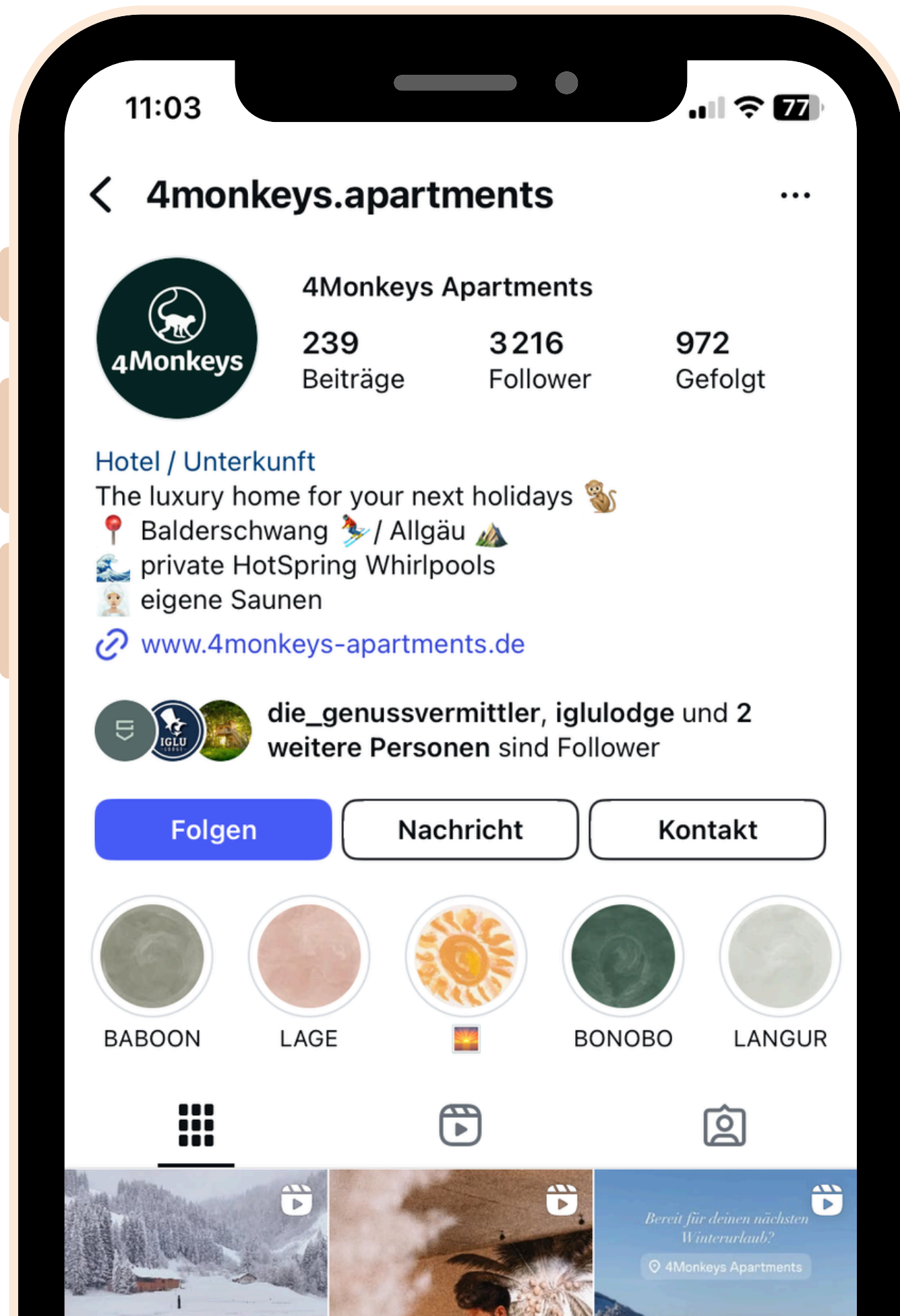
- **Gästebewertungen & Erfahrungsberichte posten**
- **User-Generated Content teilen**
- **Kooperationen mit Influencern oder lokalen Partnern**

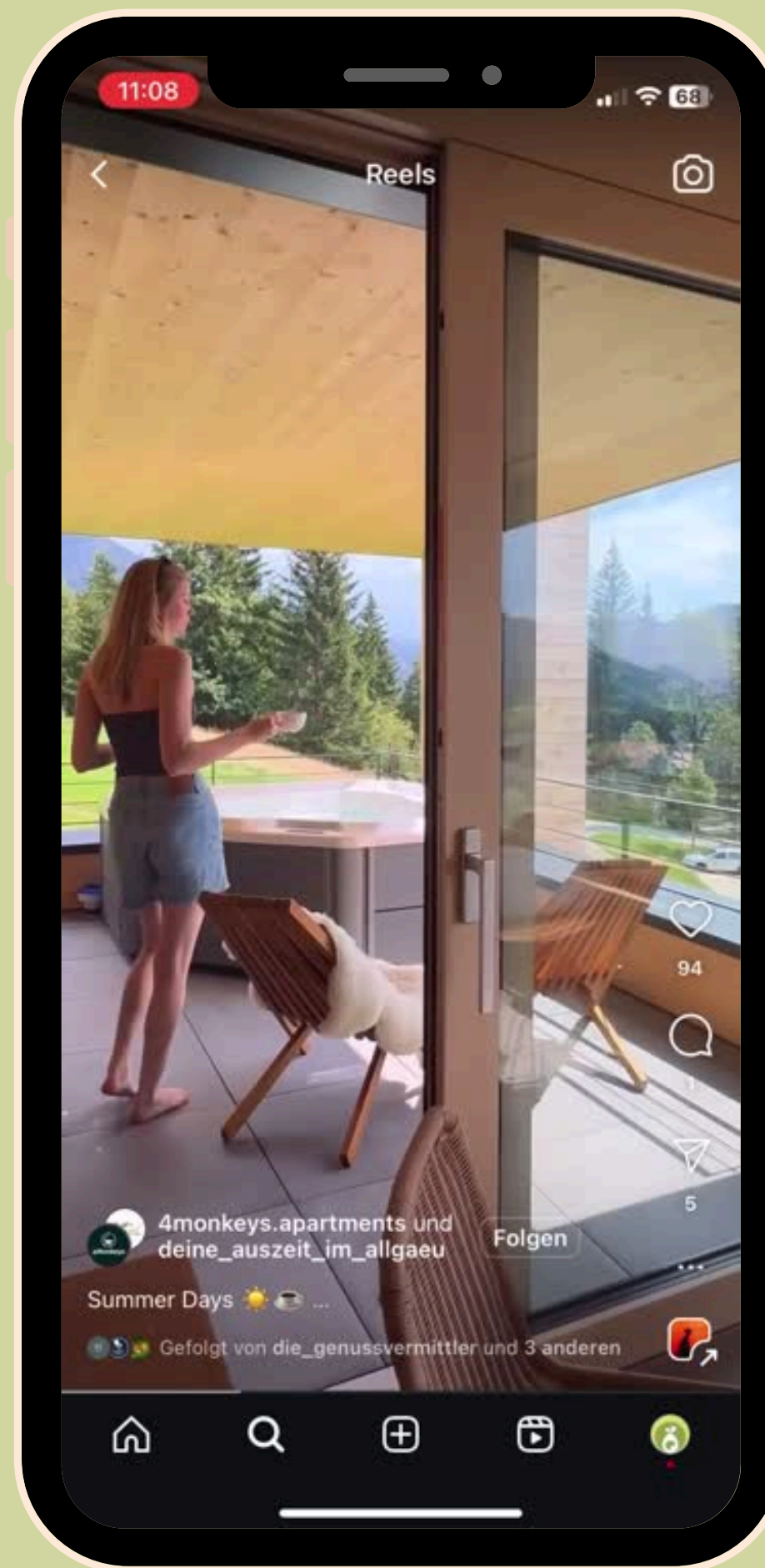
Ablauf:

- **Brauche ich Social-Media als Gastgeber?**
- **Überblick Plattformen**
- **Wann und wie häufig posten?**
- **Wie bekomme ich Interessierte dazu bei mir zu buchen?**
- **Welche Rolle spielen Bewertungen?**
- **Wie schaffe ich es Vertrauen aufzubauen?**

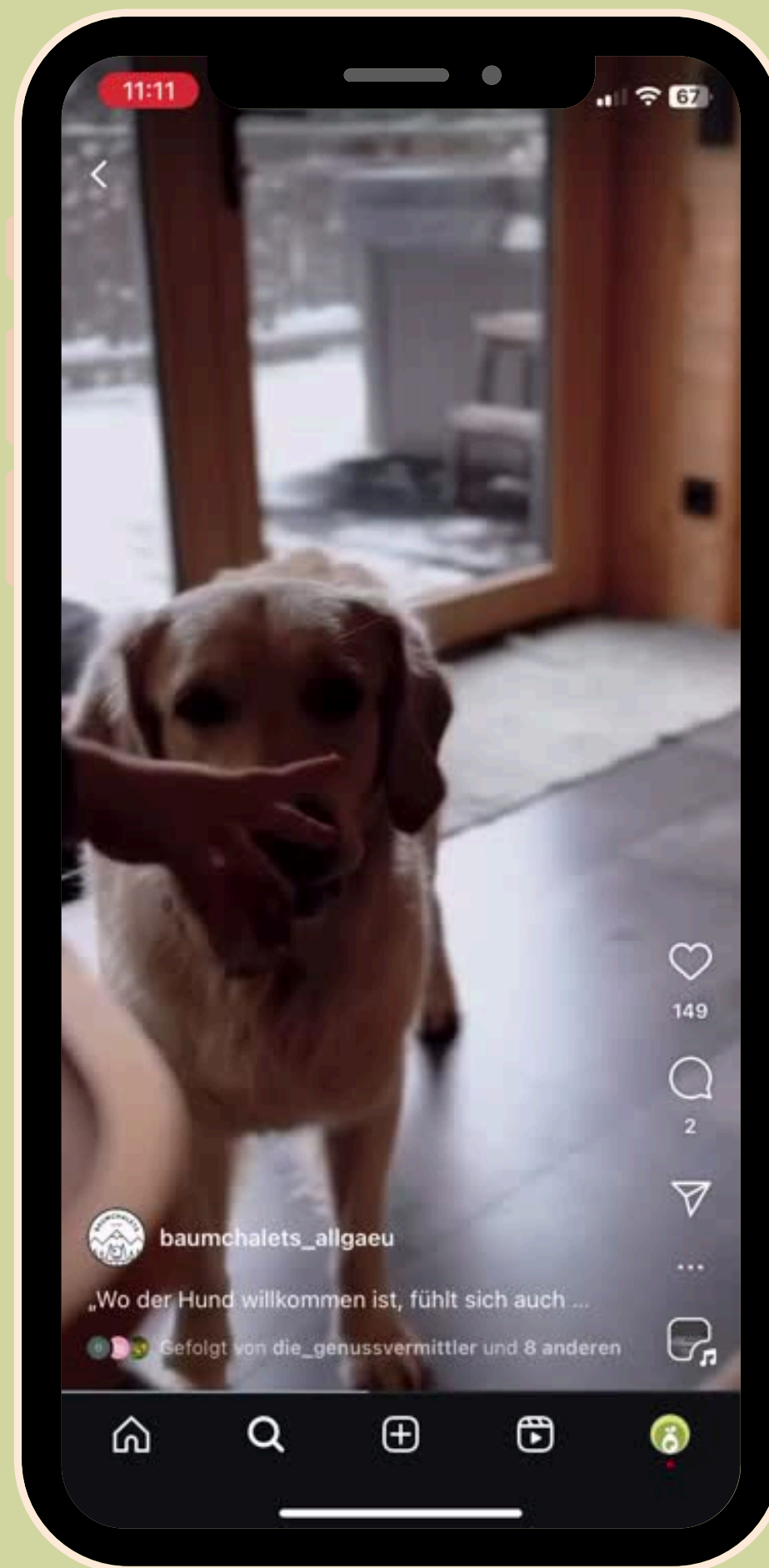


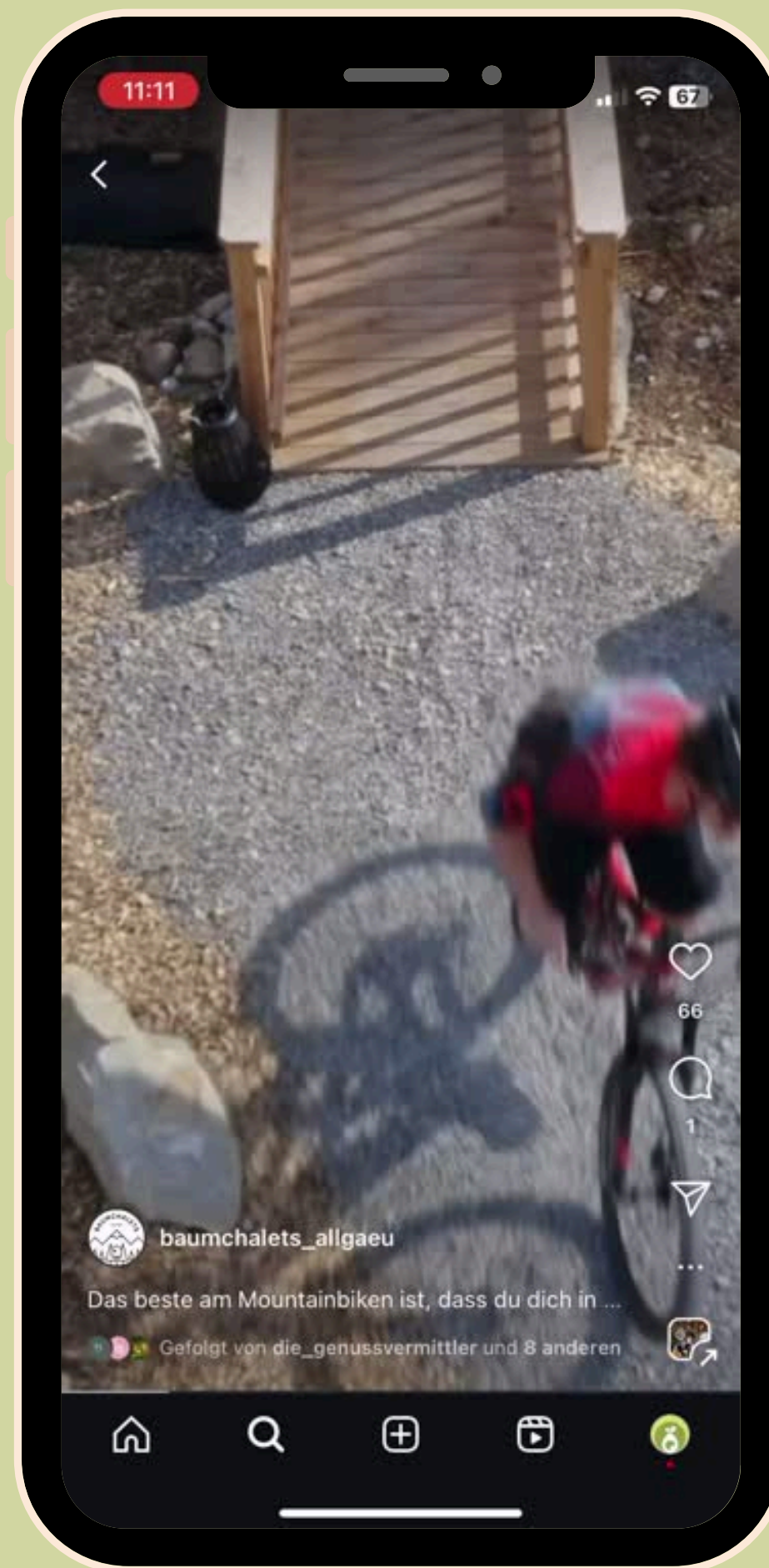
**“Wie kann ich meine
Unterkunft authentisch
präsentieren, um
Vertrauen zu schaffen?”**











Fazit:

- **Emotionen transportieren**
- **Sehnsucht wecken**
- **Zielgruppe eingrenzen und klar ansprechen**

Ablauf:

- **Brauche ich Social-Media als Gastgeber?**
- **Überblick Plattformen**
- **Wann und wie häufig posten?**
- **Wie bekomme ich Interessierte dazu bei mir zu buchen?**
- **Welche Rolle spielen Bewertungen?**
- **Wie schaffe ich es Vertrauen aufzubauen?**
- **Meine Tipps**



- **Strukturierte Bio**
- **Highlights nutzen**
- **durchgängiges Design/Farben**
- **Behind the scenes Inhalte und Persönlichkeit einfließen lassen**
- **Insights regelmäßig analysieren**

Wissenswertes zum Schluss:

- **Konstantes posten und Mehrwert liefern sind der Schlüssel**
- **Follower und Likes sind nur bedingt ein Maßstab**
- **Nicht nur posten sondern strategisch denken**
- **Erfolg entsteht langfristig!**

So unterstütze ich:



Schulung
(einmalig)

Beratung
(6 Monate)

Vollbetreuung
(6 Monate)

Fragen?

Folgen Sie mir gerne auf:



@avocaromarketing

