

Stephanie Hofer

Peter Schell

Warum ist Social Media für Gastgeber relevant?

Sichtbarkeit

Gäste suchen nicht mehr nur über klassische Webseiten oder Buchungsportale. Sie lassen sich auch über **Bilder, Reels, Empfehlungen und Beiträge** inspirieren.

Social Media ist damit kein „Extra“, sondern ein zusätzlicher Sichtbarkeitskanal.

Vertrauen

Gerade bei Ferienwohnungen und Privatvermietern buchen Gäste oft bei **Menschen, nicht nur bei Portalen.**

**Ein gepflegter Auftritt zeigt: Hier kümmert sich jemand.
Das wirkt persönlicher als ein reiner Buchungseintrag.**

Inspiration

Social Media verkauft nicht nur Betten, sondern **Vorfreude**:
Frühstück auf dem Balkon, Blick aus dem Fenster, Wanderung
vor der Haustür, Badesee am Abend, Wintermorgen im Allgäu.

Gäste wollen spüren, wie sich der Aufenthalt anfühlt.

Wiedererkennung

Wer regelmäßig mit ähnlicher Bildsprache, Tonalität und Themen sichtbar ist, **bleibt im Kopf.**

Das ist besonders wichtig, weil Gäste oft nicht sofort buchen, sondern sich über längere Zeit inspirieren lassen.

Realistische Einordnung

Social Media ersetzt keine Website, kein gutes Angebot und keine saubere Buchungstrecke. Es verstärkt aber das, was schon gut ist.

Schlechte Unterkunft plus Instagram-Filter bleibt schlechte Unterkunft. Authentizität!

Was nutzt ihr?

Kanäle: Instagram, Facebook oder TikTok?



Instagram

- ✓ Inspiration & Bilder
- ✓ Reels & Storys
- ✓ Jüngere Zielgruppen
- ✓ Ästhetik & Region

**Besonders stark für
emotionale Eindrücke und
Urlaubsvorfreude**



Facebook

- ✓ Regionale Vernetzung
- ✓ Stammgäste & Gruppen
- ✓ Ältere Zielgruppen
- ✓ Veranstaltungen
- ✓ Lokale Informationen

Für viele Gastgeber weiterhin relevant, auch wenn es nicht mehr „hip“ klingt



TikTok

- ✓ Kurze, unterhaltsame Videos
- ✓ Hohe Reichweite
- ✓ Spontane Inhalte
- ✓ Jüngere Zielgruppen

**Nur sinnvoll, wenn jemand
Lust auf Video, Tempo und
Lockerheit hat**

Für Anfänger nicht zwingend der erste Kanal

Empfehlung für Gastgeber

Für Einsteiger: Instagram und Facebook als realistische Basis.

TikTok: Nur optional, wenn Zielgruppe, Zeit und Persönlichkeit dazu passen.

Kanalentscheidung nach Ressourcen

Nicht fragen: „Wo muss ich überall sein?“

Besser fragen: „Wo kann ich regelmäßig gute Inhalte liefern?“

Welche Inhalte funktionieren auf welchen Kanälen?

Instagram

Inspiration und Atmosphäre

Funktioniert gut:

- *schöne Bilder & Reels*
- *Storys & Vorher-Nachher*
- *Ausblick & Unterkunfts-Details*
- *Gastgeberpersönlichkeit*
- *Tipps aus der Umgebung*

Facebook

Information und Beziehung

Funktioniert gut:

- *Veranstaltungstipps & saisonale Hinweise*
- *Angebote & regionale Neuigkeiten*
- *Längere Texte & Beiträge für Stammgäste*
- *Inhalte von Tourismuspartnern*

TikTok

Unterhaltung und schnelle Einblicke

Funktioniert gut:

- *kurze Videos & Alltagsszenen*
- *humorvolle Beobachtungen*
- *„3 Tipps für...“ & Rundgänge*
- *authentische Momente*
- *weniger Hochglanz, mehr Dynamik*

Wiedererkennung

Wer regelmäßig mit ähnlicher Bildsprache, Tonalität und Themen sichtbar ist, **bleibt im Kopf.**

Das ist besonders wichtig, weil Gäste oft nicht sofort buchen, sondern sich über längere Zeit inspirieren lassen.

Content-Arten unterscheiden

- **inspirierende** Inhalte
- **informative** Inhalte
- **vertrauensbildende** Inhalte
- **aktivierende** Inhalte

Beispiele für Gastgeber

Statt: „Unser Apartment ist frei“

Besser:

- „3 Gründe, warum der Mai bei uns besonders schön ist“
- „Lieblingsplatz unserer Gäste“
- „Was Sie vom Balkon aus sehen“
- „Unser Tipp für einen Regentag“

Fünf einfache Content-Ideen für Instagram und Facebook

1. Der Blick aus dem Fenster

Einfaches Bild oder kurzes Video: Morgenstimmung, Schnee, Sonnenuntergang, Bergblick, Garten, Balkon.

Text dazu: „**So beginnt ein Urlaubstag bei uns.**“

1. Der Blick aus dem Fenster



2. Lieblingsplatz in der Unterkunft

Sitzecke, Balkon, Frühstückstisch, Leseplatz, Sauna, Gartenbank.

Das zeigt **Atmosphäre** und hilft Gästen, sich **selbst dort vorzustellen**.

2. Lieblingsplatz in der Unterkunft

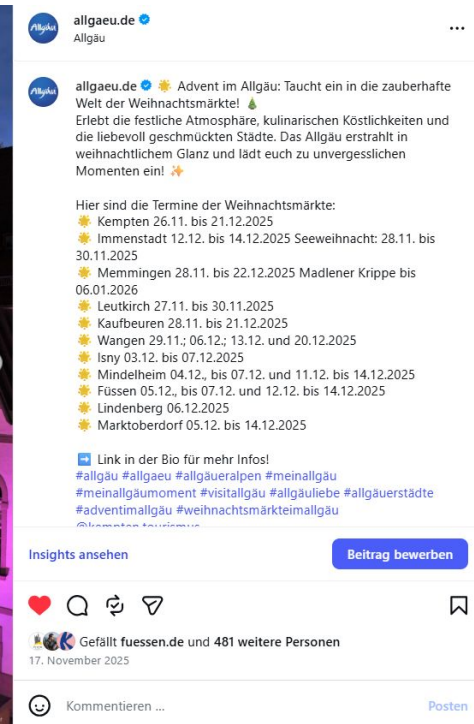
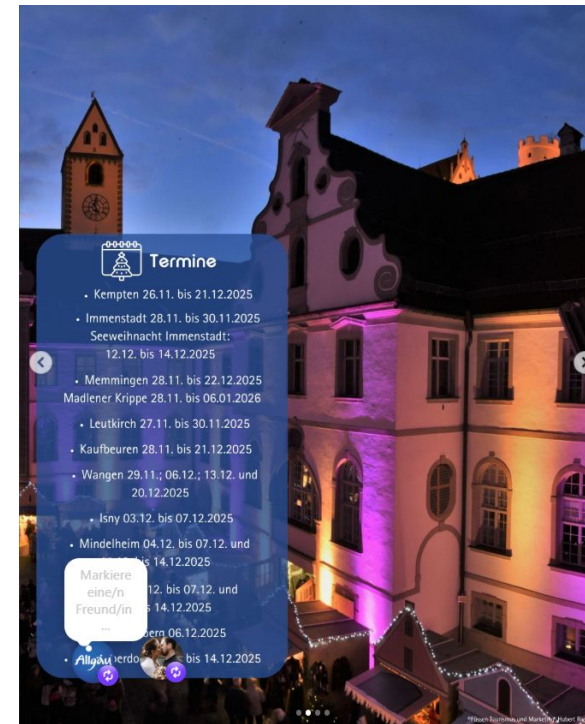


3. Gastgeber-Tipp aus der Umgebung

Kurzer Ausflugstipp, Spaziergang, Badestelle, Café, Schlechtwetteridee, Wochenmarkt, Loipe, Wanderweg.

Das positioniert Gastgeber als **hilfreiche Kenner** der Region.

3. Gastgeber-Tipp aus der Umgebung



4. Häufige Gästefrage beantworten

Zum Beispiel: „Kann man bei uns ohne Auto Urlaub machen?“, „Wo ist der nächste Bäcker?“, „Welche Wanderung eignet sich für Familien?“, „Sind Hunde erlaubt?“

Das ist **nützlich** und reduziert spätere **Rückfragen**.

4. Häufige Gästefrage beantworten



allgaeu.de

allgaeu.de Abenteuer pur für die ganze Familie im Allgäu! 🌲🏡
 Raus in die Natur, rein ins Abenteuer!
 Im Allgäu warten die aufregendsten Abenteuerspielplätze darauf, von kleinen und großen Entdeckern erobert zu werden. Egal ob Kletterparcours, Ritterburgen, Wasserspielplätze oder geheime Pfade mitten im Wald – hier gibt es unendlich viel zu erkunden. 🌲🏡👨‍👩‍👧
 Packt eure Rucksäcke, schnappt euch eure Abenteuercrew und erlebt Tage voller Action, Spaß und Naturerlebnis! 🌲🏡
 Mehr Infos und weitere tolle Abenteuerspielplätze findest du im Link in der Bio!

#Ausflugstipps #Familie #Familienurlaub #Familienzeit #Allgaeu #Allgäu #Urlaubimallgäu #Erlebnisse #allgaeueralpen #Abenteurer #Spielplatz #wasserspielplatz @markt_wiggensbach @rosshaupten @tannheimertal 51 Wo.

the_urban_kids Die in Pfronten haben uns dieses Wochenende auch richtig gut gefallen. Unten im Tal die Spielplatz Runde vom Planetenspielplatz bis zum Ritterspielplatz und oben am Breitenberg gib'ts ja gleich noch mehr. 🌲🏡

51 Wo. Gefällt 2 Mal Antworten
 Antworten ansehen (3)

Insights ansehen Beitrag bewerten

Gefällt hoernerdoerfer_allgaeu und 226 weitere Personen
 12. Mai 2025

Kommentieren ... Posten

Kurze Wege, viel Urlaub:

Einkaufen (zu Fuß erreichbar):

- Rewe
- Feneberg
- Schöneegger Käsealm
- Wieseneier

Restaurants (zu Fuß erreichbar):

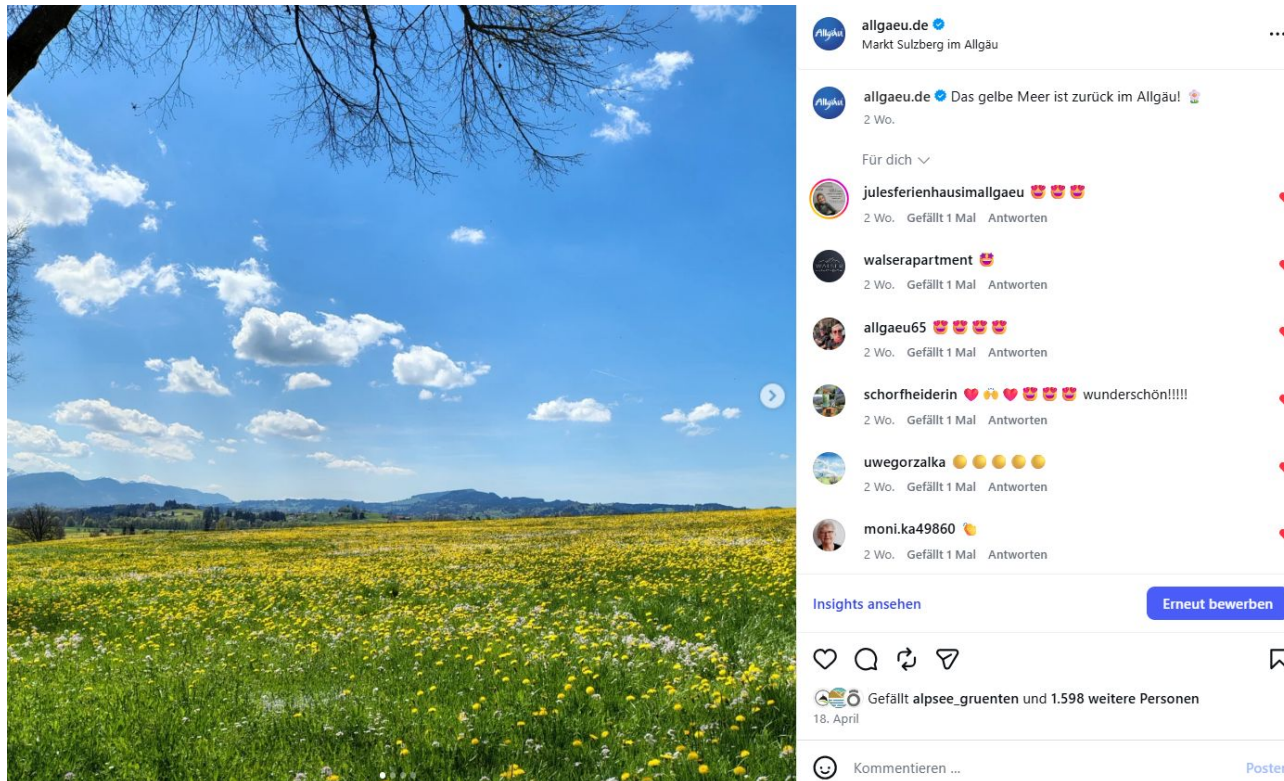
- Da Pietro
- Wirtshaus zur Post
- Gasthaus am See
- Café Gerlinde
- Schlossbrauhaus uvm.

5. Saisonaler Anlass

Frühlingserwachen, Almabtrieb, Advent, Badeseezeit, erster Schnee, Radlsaison, Kräuterwanderung, Nebel im Tal.

Saisonale Inhalte wirken **natürlich** und liefern **regelmäßig Themen**.

5. Saisonaler Anlass



10-Punkte-Plan

1. Account prüfen

- Profilbild, Name, Beschreibung, Link
- Kontaktmöglichkeit, Standort, Impressum
- Rechtliche Angaben prüfen!
- Kontostatus: Unternehmen → professionelles Konto!

2. Zielgruppe definieren

Wer soll angesprochen werden?

Familien, Paare, Best Ager, Aktivurlauber,

Hundebesitzer, Radfahrer, Wanderer, Ruhesuchende?

3. Kommunikationsziel festlegen

Was soll Social Media leisten?
Bekanntheit steigern, Vertrauen aufbauen,
Direktbuchungen fördern, Stammgäste binden, freie
Zeiten kommunizieren, regionale Kompetenz zeigen.

4. Kanal auswählen

Instagram, Facebook oder beides?
TikTok nur bei passender Motivation und ausreichend Videolust.

5. Themenfelder festlegen

Zum Beispiel:
Unterkunft, Gastgeber, Umgebung, Saison, Tipps,
Gästefragen, Verfügbarkeit, Bewertungen.

6. Content sammeln

Bilder und Videos nicht erst dann suchen, wenn gepostet werden soll. Besser laufend Material sammeln: Unterkunft, Details, Umgebung, Wetterstimmungen, Ausflüge.

7. Beitragsrhythmus definieren

Realistisch starten: zum Beispiel ein Beitrag pro Woche plus gelegentliche Storys. Nicht mit „täglich posten“ beginnen, wenn der Alltag das nicht hergibt.

8. Vorlagen nutzen

Wiederkehrende Formate entwickeln:
„Unser Tipp der Woche“, „Blick vom Balkon“, „Frage unserer Gäste“, „Heute in der Region“.

9. Interaktion einplanen

Kommentare beantworten, Nachrichten prüfen, andere regionale Accounts liken oder teilen, Partner markieren.

10. Auswertung und Anpassung

Was wurde gesehen, gespeichert, kommentiert oder angefragt? Nicht nur Likes zählen.
Wichtiger ist: Welche Inhalte bringen Aufmerksamkeit, Vertrauen oder konkrete Rückfragen?

Aufwand realistisch planen

Zeitbudget festlegen

Zum Beispiel 30 bis 60 Minuten pro Woche. Ein fixer Zeitpunkt ist besser als „wenn mal Zeit ist“.

„Wenn mal Zeit ist“ ist im Gastgeberalltag **ungefähr so zuverlässig** wie **Bergwetter im April**.

Einfache Wochenroutine

Montag: Idee auswählen

Dienstag oder Mittwoch: Beitrag vorbereiten

Donnerstag oder Freitag: posten

Zwischendurch: **Story oder Bild** aus dem Alltag

Material auf Vorrat sammeln

Eigenen Foto-Ordner anlegen: Unterkunft, Außenansicht, Jahreszeiten, Umgebung, Details, Gastgeber, Tipps.
So entsteht eine kleine Mediathek.

Tools

Mögliche einfache Tools: Smartphone-Kamera, Canva für Vorlagen, Meta Business Suite für Planung von Instagram und Facebook, Notizen-App oder Excel-Liste für Themenideen.

Vorlagen

Wiederkehrende Textbausteine und Gestaltungsvorlagen nutzen. Das spart Zeit und sorgt für Wiedererkennung.

Wiederverwertung

Ein Inhalt darf mehrfach verwendet werden: Aus einem Ausflugstipp wird ein Facebook-Beitrag, ein Instagram-Post, eine Story, ein Newsletter-Hinweis oder ein Website-Abschnitt.

Qualitätsanspruch senken, aber nicht schludern

Nicht jeder Beitrag muss preisverdächtig sein. Aber Bild, Text und Information sollten sauber, freundlich und hilfreich sein.

„Fangen Sie klein an. Aber fangen Sie an.“

Sichtbarkeit entsteht nicht durch Perfektion, sondern durch **Wiedererkennbarkeit**, **Verlässlichkeit** und **echte Einblicke**.