

# traveller

WÖCHENTLICH | AKTUELL | UNABHÄNGIG

Ausgabe 17 | 2018 // 26. April 2018 // Nr. 1869



Seite 4

## ÖRV KONGRESS

myAustrian  
austrian.com

NEU

Tokio

my SPOTLIGHTS

myAustrian fliegt mich nonstop ins pulsierende Tokio. Dort erlebe ich Japan von seiner strahlendsten Seite.

the charming way to fly

A STAR ALLIANCE MEMBER Lufthansa Group



## Influencer Marketing

### Bloggerrelations & Influencer Marketing: Wenn Urlaub zum Beruf wird

*In Bloggern und Influencern sehen immer mehr Tourismusbetriebe eine neue Marketingchance. In Form von Storytelling via Facebook Postings, Insta Stories und Co. soll Lust auf Länder, Hotels, Airlines gemacht werden. Am Pool liegen und einen Cocktail schlürfen, anschließend ein paar schöne Fotos auf dem Blog posten – und dafür auch noch Geld bekommen: Sieht so das Leben eines Reisebloggers aus? Wie funktionieren Bloggerrelations eigentlich und wo geht die sprichwörtliche Reise dabei hin?*

In punkto Öffentlichkeitsarbeit gehen auch vermehrt österreichische Unternehmen im Tourismus mit der Zeit: In der Bearbeitung nationaler und internationaler Urlaubermärkte will man neben klassischem Marketing moderne Wege, wie die des Influencer Marketings beschreiten. Gerade die jüngere Zielgruppe will man damit erreichen. Jene Zielgruppe die sich ihre Informationen nicht aus Printmedien und Radiospots holt, sondern auf Empfehlungsmarketing 2.0. vertraut. Im Grunde ist es also einfach: Es geht darum, dass ein Blogger von einem Produkt begeistert ist und dieses entsprechend über seine Kanäle verbreitet. Damit wird Aufmerksamkeit erregt und soll im besten Fall dem Auftraggeber neue Kunden bringen. Denn Blogger und Influencer sind in ihrem jeweiligen Fachgebiet Meinungsführer und Multiplikatoren.

#### **Wie Bloggerrelations funktionieren**

Heimische Unternehmen, wie z. B. Kitzbühel Tourismus, haben Bloggerkooperationen fix in

ihrem jährlichen Marketingplan integriert und budgetiert. „Mit der Einladung von internationalen und nationalen Social Influencern gelingt uns immer wieder, in wenigen Tagen eine extrem hohe Reichweite in Form von tausendfach geteilten, gelikten und per Twitter und Co. weiter verbreiteten, sehr positiven Posts über unsere Region zu erzielen,“ so Bettina Wiedmayr, zuständig für Social Media Marketing bei Kitzbühel Tourismus. Aber auch internationale Tourismusvertretungen, Airlines und viele weitere touristische Leistungsträger haben den Nutzen von Bloggern erkannt, auch wenn die Mühlen in Österreich noch ein bisschen langsamer als im internationalen Vergleich malen. Die Erfahrung zeigt, dass Betriebe oftmals Influencer Marketing einsetzen, weil es eben trendig ist und im Marketingmix einen Platz einnehmen sollte. „Blogger Relations sollten gut geplant sein, mit anderen Marketinginstrumenten koordiniert und im besten Fall über einen längeren Zeitraum ‚ausgeschlachtet‘ werden. Schnell

mal einen Blogger einladen, der einen Blogbeitrag schreibt und ein Facebook-Posting absetzt, ist vergebene Liebesmüh. Vielmehr sollte gemeinsam festgelegt werden, worauf der Fokus liegt und welche Leistungen erbracht werden sollen (Blogbeitrag, Fotos, Advertorials, Produkttest, Text für den Corporate Blog, Social Media Postings etc.). Es gibt kein exaktes Regelwerk, wie eine allgemein gültige Vorgehensweise im Bereich Blogger Relations funktioniert. Jede Zusammenarbeit mit Influencern stellt eine neue Herausforderung dar und ist je nach Konzept unterschiedlich,“ sind sich Silvia Tichler, Reisebloggerin und –journalistin und Lukas Charwat, mehrfach international ausgezeichnete Fotograf und Fotoblogger, einig. Wie finden Unternehmen und Blogger aber nun zusammen?

#### **Es bloggt nicht irgendwer**

Mit der Fülle an Blogs, die im Internet zu finden sind, kann man als Unternehmen schnell



© Chaluk | www.chaluk.com (3)



den Überblick verlieren. Agenturen wie z.B. LINKILIKE haben sich mittlerweile auf das stetig wachsende Geschäft der Blogger Relations spezialisiert. „Der Kunde bekommt von uns geprüfte Influencer mit hoher Datentiefe und eine authentische Contentdistribution,“ so Gregor Schinko, Director Sales & Business Development LINKILIKE. Aber auch Bloggerevents bieten bei Speeddating Workshops die Möglichkeit, Blogger mit Unternehmen zu vereinen. Die Blogger-Community ist zudem gut vernetzt und so werden auch untereinander bzw. miteinander Projekte abgewickelt.

#### Qualität statt Quantität

Dabei geht es aber nicht nur um Quantität: Authentizität ist wichtig. Ein kleiner österreichischer Nischenblogger hat vielleicht keine 100.000 Instagram Follower. Die 1.000, die er aber hat, sind dafür zu 100 % die Zielgruppe. Und nicht jeder Blogger kann oder will jedes Thema bedienen, auch wenn es auf den ersten Blick vielleicht matchen mag. Nicht selten kommt es vor, dass Vertretungen von Destinationen neben klassischen Reisebloggern auf Food-, Lifestyle-, Sport-, 50+, Eltern- oder Fashionblogger zurückgreifen, um ihre Stadt, ihr Land auf unterschiedlichste Art und Weise den entsprechenden Zielgruppen zu präsentieren.

#### Du bist nur auf Urlaub

Ein gängiges Vorurteil, mit dem viele Reiseblogger zu kämpfen haben ist der Glaube, dass

man sich ständig auf Urlaub befindet. „Wenn wir auf Pressereise sind, gibt es keinen Tag, an dem wir nichts tun haben oder einfach nur entspannen. Vor Ort gibt es im Rahmen von Presse- oder Bloggerreisen ein durchgetaktetes Programm, denn innerhalb von kürzester Zeit soll man viele Eindrücke sammeln und diese auch verarbeiten. Nicht selten startet das Programm bereits um sieben Uhr morgens und endet nach einem gemeinsamen Dinner nicht vor 23 Uhr. Davor oder danach sollen vielleicht noch Bilder bearbeitet und erste Postings gemacht werden. Nachdem wir vom Bloggen nicht hauptberuflich leben, müssen wir unseren Alltagsjob ebenfalls von unterwegs mitbedienen. Heißt E-Mails abarbeiten, Content produzieren, grafische Aufträge erledigen etc., auch schon mal um vier Uhr morgens auf Bali. Zwischendurch einfach keine Lust haben und den Museumsbesuch gegen ein Sonnenbad am Meer zu tauschen, gibt es nicht. Es ist nämlich Arbeit und kein Urlaub,“, rücken Silvia Tichler und Lukas Charwat das Berufsbild zurecht.

#### Wo geht die Reise hin?

Neben der stattfindenden Professionalisierung der Blogger springen immer mehr touristische Unternehmen auf den Zug der Bloggerkooperationen auf. Wichtig dabei ist, sich das Tool Influencer Marketing bewusst zu machen und damit zukunftsweisende Wege zu beschreiten. Influencer Marketing ist richtig betrieben mit Aufwand und Geld verbunden. Freilich unter

dem Aspekt, dass hier Content produziert wird und es sich um eine Dienstleistung handelt, die professionell erbracht und auch entsprechend abgesehen werden will. Denn: Gute Blogger besitzen für das Marketing etwas unglaublich Wertvolles: Das Vertrauen ihrer Follower. **st**

### ! Information

*Die Reisegeschichten von Silvia Tichler, egal ob von nah oder fern, sind in ihrem Reise- und Sportblog [www.silviaschreibt.at](http://www.silviaschreibt.at) nachzulesen. Seit drei Jahren bloggt die 35jährige von ihren exklusiven und sportlichen Reisen rund um die Welt, sie schreibt als freie Journalistin für den *traveller* und bloggt als Gastblogger auf [www.travelbruno.at](http://www.travelbruno.at). Von Bali über Amerika, Österreich oder Malta wird yogiert, gelaufen, Kultur erlebt und vor allem Neues entdeckt!*

*Multimediakünstler Lukas CHALUK Charwat ist mehrfach international ausgezeichnete Fotograf und hat bereits mehrere Fotoausstellungen auf der Ferien-Messe Wien präsentiert. Neben Unterwasser-, Natur- und Sportfotografie liegt sein Fokus auf E-Commerce und Multimedia-solutions für Unternehmen. Er zeichnet beim *traveller* für den Social Media Auftritt auf Facebook und Twitter sowie für den B2C Reiseblog [travelbruno.at](http://travelbruno.at) verantwortlich. Von seinen Reisen rund um den Globus berichtet er im *Chaluk Magazine* unter [www.chaluk.com](http://www.chaluk.com), auf [travelbruno.at](http://travelbruno.at) sowie im *traveller*.*



© Silvia Tichler | [www.silviaschreibt.at](http://www.silviaschreibt.at) (3)



## 15 Tage grenzenlose Freiheit

In Österreich verzeichnete man noch knackige Tiefstwerte mit teilweise minus 20 Grad und auch in anderen teilen Europas hatte die Kälte viele Städte fest im Griff. Ein Grund mehr, sich in wärmere Gefilde und warum nicht gleich mit mehreren Stationen zu begeben. Hapag-Lloyds EUROPA 2 wartete im tropisch-warmen Colombo also auf Kälteflüchtige, um sie zu einer Reise von Sri Lanka über Thailand, Malaysia, Singapur bis Indonesien nach Bali an Bord zu nehmen. TRAVELBRUNO und Chaluk waren mit dabei und erlebten eine Freiheit, eine Reise, eine Cruise vom Allerfeinsten.

### State Log 1: SRI LANKA

Pünktlich in Colombo/Sri Lanka angekommen, werden wir von Hapag-Lloyd Cruises Mitarbeitern empfangen und auch gleich unseres Gepäcks entledigt. Nach einer Panoramafahrt durch Colombo bringt man uns auch schon an Bord, das Gepäck ist längst da und befindet sich bereits auf unserer Suite. Und dann, nach der verpflichtenden Seenotrettungsübung, erklingt die Auslaufhymne und wir – das heißt die EUROPA 2 mit uns an Bord – machen sich zu „We are the sun“ exakt um 23.59 Uhr Ortszeit Richtung Galle auf. Eine alte Stadt, die mit ihrem Fort an frühere Zeiten erinnert, wo in den kleinen engen Gassen der Duft exotischer Gewürze die Nase verwöhnt, man am Strand den Fischern bei ihrer Arbeit zusehen kann und von vielen Tuk-Tuks ganz schön in „Verkehrsstress“ versetzt wird.

### State Log 2: THAILAND

Exklusivität, Individualität und Flexibilität sind drei große Assets von Hapag-Lloyd Cruises, was auf unserer Reise eindrucksvoll unter Beweis gestellt wird. Wegen eines Medical Problems können wir Ko Lanta nicht anfahren, sondern müssen nach Patong (Phuket) umleiten. Während man hinter den Kulissen und ohne jegliches Aufsehen alle notwendigen ärztlichen Maßnahmen für den erkrankten Passagier setzt, organisiert die Crew, nicht minder unaufgeregt, ein alternatives Ausflugsprogramm. Tempelbesichtigung, Phuket City und ein Ausflug zum James Bond Strand standen zur Auswahl. Wir entscheiden uns für den individuellen Rundgang durch Patong, stapfen durch die Straßen und gönnen uns zum Preis von 21 Euro eine dreistündige grandiose Thai-Massage. Für Wassersport wie Jetski fahren oder sonstige Aktivitäten, die hier den vielen Touristien angeboten werden,

bleibt da keine Zeit mehr, wir wollen noch schnell ein bisschen was schnabulieren – gekocht wird hier an allen Ecken und Enden – und dann heißt's auch schon wieder, retour aufs Schiff und ab Richtung Malaysia.

### State Log 3: MALAYSIA

Langkawi und Georgetown sind die Häfen, die die EUROPA 2 auf unserer Route in Malaysia anläuft. Langkawi, noch mehr der Natur überlassen, bietet die Möglichkeit, an herrlichen Stränden zu relaxen, per Jetski durch die Inselwelt zu cruisen oder auf einer Trekkingtour den Regenwald zu entdecken. Georgetown hingegen ist moderner, aber ohne Hochhäuser, und fasziniert mit einer tollen Street Art Szene. Ein individueller Rundgang durch die Straßen von „Little India“, gewürzt mit den Gerüchen feinsten Masallas, steht auf unserem Tagesplan. Wer nicht gehen möchte,

was bei der Hitze durchaus verständlich ist, kann sich mit traditionellen Rikschas durch dieses entzückende Städtchen führen lassen.

### State Log 4: SINGAPUR

Was für eine Stadt, die sämtliche Weltnationen vereint, und in der alle im Einklang miteinander leben. Diese saubere Millionenmetropole ist echt Hammer. Kaugummis kann man tatsächlich nur in Apotheken kaufen und das Rooftop des Marina Bay Sands Hotels mit dem höchstgelegenen Infinitypool ist ein absolutes Must-See! Abgesehen von der modernen Hightech Szene, zeigt Singapur mit dem Künstlerviertel nahe der Victoria Street und Haj Lane, wo Pubs und die kreative Nachbarschaft warten, seine traditionelle Seite. Zurück an Bord wird man, wie jeden Tag, mit feinen und edlen Gerichten in den Spezialitätenrestaurants verwöhnt und doch sollte



Singapurs Pandan Cake – grün durch Pandanblätter



Frühstück auf der Suite

gerade Singapurs Kulinarik am Foodmarket mit Fischbällchen und Pandan Cake, ein typisch „grüner“ Küchen, als Zwischendurch-Snack nicht fehlen.

### State Log 5: INDONESIA

In Indonesien steht eine Privatinsel und der Hafen Semarang, Startpunkt für viele Ausflüge auf Java, am Programm. Der individuelle Landgang ist hier eher weniger spektakulär. Alle angefahrenen Häfen und besuchten Orte beeindrucken auf ihre ganz spezielle Weise und hinterlassen unvergessene Eindrücke einer faszinierenden Reise. Die große Freiheit allerdings erlebt man an Bord. Mit sechs Seetagen ist genügend Zeit, das Schiff und die vielen Wohlfühloasen zu entdecken und zu genießen. Gerade das auf dieser Reise erlebte „IN2BALANCE“ Motto mit diversen Gesundheitsvorträgen, Sportstunden und



Kochen mit Thomas Walkensteiner

Kochkursen – mit Starkoch Thomas Walkensteiner – belebt Geist, Körper und Sinne, wovon man zu Hause im stressigen Berufsalltag noch lange zehren wird.

Eine Seereise mit Hapag-Lloyd Cruises, mit der EUROPA 2, beginnt weit vor dem eigentlichen Boarding irgendwo auf dieser Welt. Es beginnt bereits mit der Zusendung der Reisedaten, fein verpackt in einem orangefarbenen Etui, inkl. Kofferanhänger und Bordkarte und vermittelt das Gefühl „nach Hause zu kommen“. Alles ist perfekt auf die Ankunft jedes einzelnen Gastes vorbereitet. Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten sind keine Fremdwörter bzw. „böse“ Herausforderungen. Der Gast genießt eine unbeschwerte Reise mit Rundum-Service. Wenn man sich etwa im Belvedere (Kaffee- und Teebar) die Lieblingsröstung und Kaffeeart jedes Passagiers merkt, fühlt man sich verstanden, aufgehoben und



Frische Kokosnüsse aus Sri Lanka

möchte noch viel länger bleiben.

Eine derart hohe Qualität muss ständig kontrolliert werden und trägt an Bord der EUROPA 2 die unverkennbare Handschrift eines Mannes: Hotel-Manager Johann Schrempf. Ein BBQ auf der Privatinsel Menyawakan (Reisen in diesem Gebiet werden meist mit einem BBQ in entlegenen Orten veranstaltet), eine Tropeninsel nahe Java, ist nur eines von vielen Highlights dieser Reise. BBQ, Einweggeschirr und Bier aus der Dose? Nicht mit dem Steirer Johann Schrempf, nicht mit der MS EUROPA 2 und nicht mit Hapag-Lloyd Cruises. Während am Grill der Hummer bruzelt, genießt man, die Füße im feinen Sand, erfrischende Cocktails und prickelnden Champagner. Und so wie wir die Insel vorgefunden haben, wird sie auch wieder verlassen. Sauber, unberührt und der Natur überlassen, darauf legt man bei Hapag-Lloyd Cruises großen Wert.

Der letzte Seetag an Bord, bevor man auf der „Insel der Götter“ wieder von Land geht, wird beim Studium des neuen Katalogs 2019/2020 mit ganz vielen tollen Reisen mit süßem Nichtstun, mit Eiskaffee, Waffeln und gekühlten frischen Kokosnüssen zelebriert. Und auch wenn Chaluk auf Bali, genauer in Padangbai, noch einiges vor hat – davon mehr unter #chaluk\_bali und demnächst hier im traveller – ein paar Tage wären schon noch auszuhalten gewesen in „meinem zweiten Zuhause“, auf der EUROPA 2. **chaluk**



BBQ auf Menyawakan

© Chaluk | www.chaluk.com (6)

### ! Informationen

[www.hl-cruises.de](http://www.hl-cruises.de)

[www.qatarairways.com](http://www.qatarairways.com)

[magazine.chaluk.com](http://magazine.chaluk.com)