



## Bringen Blogger dem Wellnesshotel neue Gäste?

In der Inspirationsphase, also der ersten Phase des Reiseprozesses, sind Reiseblogs besonders wertvoll, um Gästen „den Mund wässrig zu machen“. Es wird Neugierde geweckt und die Nachfrage gesteigert. Die digitalen Geschichten der Blogger generieren dabei nicht nur eine hohe Reichweite, sondern haben – gerade aus Sicht der Suchmaschinen – auch einen Einfluss auf die Positionierung. Anders ausgedrückt sind Blogs ein zusätzlicher Schritt zur Präsenzerweiterung im Web.

Wichtig ist, dass Blogger Erlebnisse, Behandlungen oder Produkte in den Hotels selbst spüren und genießen. Der persönliche Schreibstil und die Berichte eigener

Erlebnisse sind glaubwürdiger als die Texte zahlreicher Hochglanz-Werbebrochüren.

Grundsätzlich könnten sich Spa- und Wellnesshotels auch Gedanken darüber machen, ob sie künftig selbst erfolgreich bloggen wollen. Mittlerweile gehören Blogs im digitalen Hotel-Marketing unbedingt dazu.

**Andreas Romani, Social-Media-Experte, ideas4hotels, München**