

Schweiz wird für eine Woche zur Influencer-Hochburg

29 ausgewählte Influencer aus 21 Ländern folgen der Einladung von Schweiz Tourismus zu einer internationalen Konferenz.



Bild: unsplash.com

Mit dem «Switzerland Tourism Influencer Summit» vom 26. bis 31. August 2018 veranstaltet die Marketingorganisation als erste nationale Tourismusorganisation eine internationale Tourismus-Influencer-Konferenz.

Ziel sei, ST international als kompetente und fortschrittliche Organisation zu positionieren, die weltweit nur mit den besten und professionellsten Influencern zusammenarbeitet.

29 Teilnehmende konnte die nationale Marketingorganisation für den Event gewinnen. Sie stammen aus 21 Ländern. Es handelt sich um eine handverlesene Gruppe an Spezialistinnen und Spezialisten, die zu den führenden in ihrem jeweiligen Fachgebiet zählen. Nur, wer diese Qualifikation erfüllt, darf an der Konferenz teilnehmen. Dieser Qualitätsstandard soll weit über die Konferenz hinaus das Niveau des Influencer Managements von ST definieren, wie es in einer Mitteilung vom Donnerstag heisst.

Konferenz und Entdeckungstour

Der Influencer Summit von ST besteht aus zwei Teilen. Von Sonntag bis Dienstag treffen sich alle Influencer in Vevey zur Fachkonferenz mit Touren, Erfahrungsaustausch, Workshops und Referaten. Hier steht die Weiterbildung im Vordergrund.

Referenten von Facebook, aus Hochschulen und aus Fachbereichen wie Text und Fotografie vermitteln, wie Tourismus-Influencer am erfolgreichsten arbeiten können. Diskutiert und geübt wird mit Beispielen aus der Schweiz generell und aus dem

Waadtland im Speziellen

Im zweiten Teil reisen die Influencer von Dienstagabend bis Freitagmorgen je nach Fachgebiet in eine Destination in der Schweiz, wo sie Schweizer Inhalte für ihre eigenen Social Media-Plattformen produzieren.

Die Wander-Spezialisten fahren nach Crans-Montana, die Mountainbiker nach Flims, die Expertinnen für alpinen Lifestyle und Luxus nach Gstaad, die Architektur-Influencer nach Lausanne und Basel, die Naturfotografen ins Berner Oberland und die Kulinarik- und Lifestyle-Influencer nach Zürich.

Immer wird dabei der Hashtag #inLOVEwithSWITZERLAND mitgetragen und auf Social Media für eine konzentrierte weltweite Beachtung der Inhalte aus der Schweiz sorgen.

Neuer Weg dank Partnern

Jeder Auslandsmarkt von ST hat die für ihn wichtigsten, einflussreichsten und am besten passenden Influencer ausgesucht. Dies erfolgte auf einem von der Social Media-Abteilung von ST vorab definierten Kriterienkatalog. Doch die sorgfältige Auswahl der besten Influencer sowie die Organisation einer hochstehenden Konferenz sind nur ein Teil der Vorbereitung. Als offizielle Airline des Events flog Swiss die Influencer in die Schweiz, so konnten diese die Vorzüge unseres Landes bereits auf ihrem Weg zur Konferenz genießen.

Influencer Management hat sich von einer Nischendisziplin längst zu einem festen Teil jeder Marketingkampagne entwickelt. Influencer sind Personen, die professionell in Blogs, auf Instagram, Twitter und Facebook oder anderen Social Media-Kanälen ihre Beiträge platzieren. Diese werden von vielen und häufig sehr engagierten «Fans und Followers» verfolgt, was eben diesen Social Media Stars zu Einfluss (Influence) verhilft. Im Tourismus spielen sie eine zunehmend wichtige Rolle, insbesondere, wenn sie sich auf einen Teilaspekt wie beispielsweise die Naturfotografie, das Wandern oder das Biken ausrichten. Für Tourismusorganisationen ist es eine Herausforderung, die richtigen Influencer zu identifizieren und für ihre Destinationen zu gewinnen.

Swiss wurde 2018 als Europe's Leading Airline Economy Class und First Class ausgezeichnet. Die Reise der Influencer innerhalb der Schweiz wird vom Swiss Travel System ermöglicht. Und Waadtland Tourismus sowie Montreux-Vevey Tourismus sind die Schweizer Gastgeber der Influencer aus aller Welt. (pd/htr)

Publiziert am Donnerstag, 23. August 2018