
Vorwort und Dank des Autors

Praktiker, politische Einrichtungen und Interessenvertreter äußerten uns gegenüber den Wunsch, Handlungsempfehlungen zum Umgang mit Facebook und Twitter, Google+ war dazumals noch nicht am Markt, für die Hospitality-Wirtschaft, also die Gastronomie und Hotellerie, zu geben. Nach meinem Kollegen Roman Egger, der vor Jahren das Feuer für den Themenbereich eTourismus in mir entfacht hat, bedarf es hierfür einiger Vorarbeit. Denn für die

„[...] von der Tourismuswirtschaft geforderten Empfehlungen und Handlungsanweisungen [bedarf es; Anm. d. Autors] jedoch empirisch gesicherter Erkenntnisse. Doch wie sollten valide Daten gewonnen und ernst zu nehmende Aussagen über ein Phänomen getroffen werden, wenn selbst dessen Fundament bislang unzulänglich betrachtet wurde?“

Gesagt, Getan. Denn bevor die hier vorliegenden Leitfäden geschrieben wurden, analysierten wir bereits existierende Leitfäden, wir recherchierten den anbieter- und nachfragerseitigen Status Quo der Social-Media-Nutzung und wir analysierten existierende wissenschaftliche Arbeiten zum Themenbereich. Vor allem aber dienten uns persönliche Interviews mit Gastronomen und Hoteliers, die zu den werbeagenturunbeeinflussten Pionieren unter den Anwendern von Social Media gehörten, als Grundlage dafür, dem Leser die hier vorliegenden Handlungsempfehlungen bei seinem betrieblichen Umgang mit und in sozialen Netzwerken zu geben.

Mein Dank gilt allen, die zur Entstehung beigetragen haben. Allen voran meinem Tennispartner und dem Leiter der Abteilung für Tourismusforschung an der Fachhochschule Salzburg, Dr. Mario Jooss. Ebenso hat Barbara Neuhofer, MA, wesentlich zum Gelingen beigetragen. Sie, die mich einerseits durch das fortwährende Weiterleiten von Internetressourcen zum Themenbereich in der Recherchearbeit unterstützte und andererseits inhaltlich eine herausfordernde Gesprächspartnerin war. Danke an meine ehemaligen (im drittmittelfinanzierten Forschungsbetrieb leider ein zu oft verwendetes Adjektiv!) Kolleginnen Mag. Maria Pinwinkler und Anja Simms, MA, die mich bei der

Feldarbeit unterstützten. Danke auch an Sonja Püreschitz, MA für die Transkriptionen der geführten Interviews.

A handwritten signature in black ink, reading "Thomas Hinterholzer". The script is cursive and fluid, with the first name "Thomas" and last name "Hinterholzer" clearly distinguishable.

Salzburg, November 2012

Thomas Hinterholzer
thomas.hinterholzer@fh-salzburg.ac.at

Facebook, Twitter und Co. in Hotellerie und
Gastronomie

Ein Handbuch für Praktiker

Hinterholzer, Th.

2013, XII, 124 S. 67 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-642-37953-6