

# „TouWas“ auf den sozialen Medien

## Tourismusverein informiert über Möglichkeiten moderner Kommunikation

**Wasserburg** – Ganz im Zeichen von Social Media stand das zweite Tourismusgespräch des Tourismusvereins Wasserburg im Gimplkeller.

„TouWas“, so die Abkürzung für den Verein, wollte dabei dem Ziel näherkommen, lokale Unternehmen auch bei Facebook, Instagram oder Tiktok bekannter zu machen. Wie das funktionieren könnte, dazu gaben Michael Wagner, Leiter der Unternehmenskommunikation der Stiftung Attl und Medienprofi Magdalena Haneberg wertvolle Tipps.

### „Tue was Gutes und rede drüber“

Das Vereinsziel, die Stadt mit ihren historischen Schätzen und kulturellen Reichtümern durch Projekte und Aktivitäten zu bereichern, erhielt jedenfalls mit dieser Veranstaltung eine neue Facette, denn ‚Tue Gutes und rede darüber‘ erweise sich in unserer Zeit als immer schwieriger umzusetzen. Analoge und digitale Medien würden um Aufmerksamkeit kämpfen und müssten bedient werden, betonte gleich zu Beginn Michael Wagner. Die Tageszeitung sei für viele in der Altersgruppe über 50 Jahre noch unverzichtbarer Bestandteil des täglichen Lebens. Jüngere würden sich auch den Online-Portalen der Verlage und anderen Medien zuwenden. Es heiße also, alle Möglichkeiten zu nutzen, um Menschen zu informieren und da abzuholen, wo sie sich mit ihren Möglichkeiten wenigstens nicht überfordert fühlen würden. Dazu könnten auch ‚Storytelling‘, Bilder und Interaktion in den ‚Sozialen Netzwerken‘ ihren Beitrag leisten. Neues ausprobieren sei deshalb die Devise.

Die in der Diskussionsrunde auftauchende Frage, wie das in der Praxis umsetzbar sein könnte, beantwortete Magdalena Haneberg unter anderem mit anschaulichen Beispielen. Sie betonte, Social Media habe die Kundensprache verändert, alles hänge von der Zielgruppe ab. Dabei seien derzeit Facebook, Instagram oder in letzter Zeit verstärkt Tik Tok im Aufmerksamkeitswettbewerb nicht zu unterschätzen. Heute würden bei der Umsetzung auch Video-Journalisten mit ihren Reels als wichtige Informationsverbreiter in Unternehmen eingesetzt. Bilder mit wenig Worten als Eyecatcher und das Zeigen von Emotionalem seien verbunden mit kurzen, knackigen Triggersätzen vor allem bei Jugendlichen zielführender, die Aufmerksamkeit zu wecken. Lange Beiträge oder reine Werbesprüche würden dagegen eher nicht wahrgenommen.

### Urheberrechte, Musik und Bilder Thema

Vor allem gute Beispiele waren dann vor allem aus dem Wasserburger Umland gefragt und lösten weitere Nachfragen wie nach Urheberrechten von Bildern und Musik und die Umsetzbarkeit in der Breite aus. Claudia Rahlf, Erste. Vorsitzende des Vereins, freute sich am Ende über das rege Interesse an der Thematik.kr



**Medienprofis im Gespräch** (von links) Magdalena Haneberg, Claudia Rahlf und Michael Wagner mit Wasserburg-Rucksäcken des Tourismusvereins. FOTO RIEGER