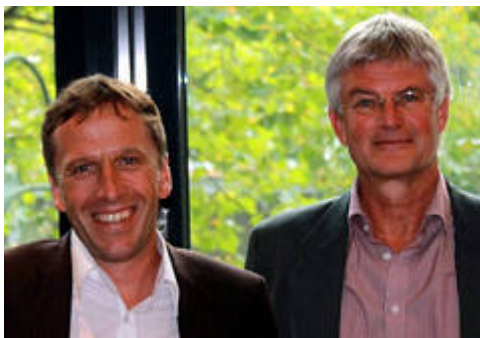


## AER setzt auf Nachhaltigkeit und Facebook

Bei den Themen Nachhaltigkeit und Facebook-Marketing will die Reisebüro-Kooperation AER im deutschen Reisevertrieb eine Vorreiterrolle spielen. Beide Themen bildeten Schwerpunkte der Jahrestagung am vergangenen Wochenende in Berlin.

Präsentiert wurde das Gütesiegel „Tour Cert“, mit dem Reisebüros künftig ihre Kompetenz in Sachen ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Verantwortung ausweisen sollen. „Wir sind die erste und einzige Vertriebsorganisation, die das Thema ernsthaft angeht“, unterstrich AER-Chef Hartmut Höhn, der bisherige Initiativen in der Reisebranche als nicht ausreichend ansieht.



Rainer Hageloch und Hartmut Höhn wollen mit dem Gütesiegel „Tour Cert“ und Facebook-Workshops Vorreiter im Reisevertrieb sein.  
Foto: pra

Auch im Bereich Social Media sieht er den AER „unter den ersten Akteuren“. Seit dem vergangenen Jahr wurden im Rahmen der AER Academy 100 Reisebüros zum Thema Facebook geschult, eine weitere Workshop-Reihe findet im November statt. Außerdem gehört die Kooperation zu den Pilotnutzern der neuen Social Media Suite von Technikanbieter Amadeus.

Auf der Jahrestagung wurde erstmals eine umfassende Analyse von Facebook-Fan-Seiten der deutschen Reisebranche vorgestellt. Bei den Fan-Zahlen liegt Aida mit 150.000 an der einsamen Spitze, gefolgt von TUI, Robinson und Nischenanbieter Abitours. Bei der Bewertung der gesamten Aktivität machen allerdings Center Parcs, Neckermann Reisen und Explorer Fernreisen das Rennen.

Der AER wird zum 1. November erstmals mehr als 900 Mitglieder zählen, von denen rund 330 auf der Tagung vertreten waren. Die meisten Neuzugänge gehen auf das Konto des Forums Anders Reisen, das künftig mit sämtlichen Mitgliedern der Kooperation angehört. Die Umsatzentwicklung bei den Altmitgliedern war mit einem Plus von acht Prozent in der Touristik wie im Fluggeschäft 2011 überaus erfreulich. „Auch der Winter ist bisher gut angelaufen“, berichtete Höhn.