

29.10.2010 - 17:26 Uhr

Fraport zeigt erfolgreich Flagge im Social Web / Wachsende Fan-Gemeinde bei Twitter und Facebook dank besonders kundenorientiertem Service-Profil

Frankfurt (ots) -

FRA/AH - Schnell und unkompliziert mit Kunden sowie Geschäftspartnern in Kontakt treten und dabei immer topaktuell informieren - diese Möglichkeit bieten die Medien des Social Web. Die Fraport AG nutzt die neuen Kommunikationswege intensiv, ist auf den Plattformen von Twitter und Facebook präsent und bekommt von Fans und Followern für Informationsgehalt, Unterhaltungsqualität und Servicelevel ihrer Nachrichten durchweg positive Rückmeldungen.

Bei Twitter ist Fraport mit dem Profil "Airport_FRA" zu finden. Der Konzern "zwitschert" knapp 600-mal im Monat und belegt damit unter den 50 MDAX-Unternehmen laut einer Studie der Agentur "Lingner Consulting New Media" Rang eins bei der Nachrichtenhäufigkeit. Das Themenspektrum umfasst Reiseinformationen und Verkehrsmeldungen, Hinweise auf neue Gastronomie- und Shopping-Angebote in den Terminals, aber auch Wissenswertes rund um den Flughafen Frankfurt und spannende Neuigkeiten aus dem Konzern. Der Twitter-Service von Fraport läuft seit Juni und hat bereits mehr als 500 sogenannte Follower erreicht, die die Nachrichten des Konzerns abonniert haben.

Begeistert von der Twitter-Freudigkeit des Airport-Betreibers sind vor allem auch Reisende, die über Twitter kommunizieren und bei ihrem Aufenthalt am Flughafen direkte Antworten auf ihre Tweets erhalten. Sie freuen sich über die Kontaktaufnahme durch das Fraport-Communication Center: "Hallo und herzlich willkommen am Frankfurter Flughafen." Oft folgt ein Small-Talk mit den Mitarbeitern des Communication Centers, die insgesamt 18 verschiedene Sprachen sprechen. "Die meisten Menschen, mit denen wir auf diesem Weg in Kontakt treten, sind begeistert, dass ihnen jemand beim Plausch per Twitter die Wartezeit verkürzt, Aufenthaltstipps gibt und ein offenes Ohr für ihre Fragen hat", erklärt Steffen Seipp, Leiter des Communication Centers am Frankfurter Flughafen. "Der doch etwas anonyme Airport-Betrieb bekommt so für den einzelnen Reisenden eine persönliche Note, Sympathiewerte verbessern sich enorm. Außerdem erfahren wir sofort, wo gerade der Schuh drückt und was sich unsere Passagiere zum Beispiel in Sachen Aufenthaltsqualität noch wünschen." Dass die Fraport-Twitterer im Communication Center, also in der Telefonzentrale des Frankfurter Flughafens sitzen, hat seinen Grund: Hier wird rund um die Uhr gearbeitet. Pro Jahr laufen mehr als eine Million Anrufe auf. Die Mitarbeiter kennen ihren Airport und die Bedürfnisse der Fluggäste wie nur wenige Kolleginnen und Kollegen am Flughafen - sie wissen, wovon sie "zwitschern".

Die offiziellen Fan-Seiten der Fraport AG in der Facebook Community heißen "Frankfurt Airport" und "Fraport Jobs & Karriere". Die Flughafen-Seite "Frankfurt Airport" informiert ähnlich dem Twitter-Profil über die faszinierenden Facetten der bunten Airport-Welt und hat mittlerweile fast 700 Fans. Sie werden mit neuen Bildern und Stories vom Flughafen auf dem Laufenden gehalten, bekommen Veranstaltungshinweise, Shop-Angebote und Service-News und

können diese kommentieren. Auf "Fraport Jobs & Karriere" lädt das Unternehmen seine Fans zum direkten Austausch über die vielfältigen Tätigkeiten und Karrieremöglichkeiten im Fraport-Konzern ein. Am regen Meinungsaustausch nehmen hier bereits annähernd 1.000 Personen teil.

Die Profile der Fraport AG im Social Web:

www.twitter.com/Airport_FRA

www.facebook.com/FrankfurtAirport

www.facebook.com/FraportKarriere

Pressekontakt:

Fraport AG
Unternehmenskommunikation
Thomas Uber
Pressesprecher
Telefon +49 69 690-70555
t.uber@fraport.de
www.fraport.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001508/100613118> abgerufen werden.