



## **750.000 Facebook-Fans an Bord AIDA ist bei Facebook auf Spitzenposition**

AIDA Cruises begrüßte am 28. Juni 2014 den 750.000. Fan auf der AIDA Facebook-Seite. Das Kreuzfahrtunternehmen nimmt damit im touristischen Bereich in Deutschland eine Spitzenposition ein. Im Juli 2009 startete AIDA seine Präsenz in dem sozialen Netzwerk. Seitdem wuchs die Fangemeinde kontinuierlich.

„Der direkte Kontakt mit unseren Fans ist uns wichtig. Wir sind an 365 Tagen im Jahr für sie da und beantworten ihre Fragen. 750.000 Likes zeigen, dass unsere Gäste diesen Service zu schätzen wissen“, sagt Carsten Fetzer, Director E-Commerce bei AIDA Cruises.

Das Angebot auf Facebook reicht von Apps und Gewinnspielen über tagesaktuelle Angebote bis zur Live-Berichterstattung von Events wie dem Hamburger Hafengeburtstag oder den Hamburg Cruise Days. Aktionen wie aktuell „AIDA und ich“ sind ein lebendiges Beispiel für das Fan-Engagement. Kreuzfahrer sind aufgerufen, ihren AIDA Moment als Foto hochzuladen. Dieses wird dann auf einer überdimensionalen Fotowand an Bord des neuen Flaggschiffs AIDAprima erscheinen. Außerdem gibt es attraktive Preise zu gewinnen.

Neben Facebook nutzt AIDA auch Google+, Twitter, Youtube, Pinterest und die unternehmenseigene Online Community AIDA Weblounge auf [www.aida-weblounge.de](http://www.aida-weblounge.de) für die aktive Kommunikation mit Gästen und Fans. Hier erfahren Neukunden auch einen interaktiven Zugang zu AIDA und können zum Beispiel über Videos und Bilder vor der Reise das Schiff erkunden, die Angebote an Bord kennenlernen und sich untereinander auszutauschen.

Rostock, 1. Juli 2014