



## **Xiaohongshu: Chinas Instagram revolutioniert die Reisebranche**

Entdecken Sie, wie Xiaohongshu, das chinesische Pendant zu Instagram, das Reiseverhalten von Touristen revolutioniert. Standort-Empfehlungen und neue Hotspots in Asien prägen die Branche.

Im Westen von Hongkong, versteckt in einem Wohnviertel, befinden sich die Basketballplätze des Kennedy Town Playgrounds. Diese Plätze sind für viele Einheimische unauffällig und oft kein Ziel, das sie extra ansteuern. Doch für zahlreiche Touristen aus dem chinesischen Festland sind sie eine Attraktion, die man gesehen haben muss. Das Interesse der Besucher gilt nicht etwa einem spontanen Basketballspiel, sondern den großartigen Aussichten auf die beeindruckende Hongkonger Skyline, die die Plätze bieten.

### **Beliebte Instagram-Spots in Asien**

Währenddessen strömen in Seoul, tausende Kilometer entfernt, Mandarin-sprechende Besucher in das angesagte Viertel Seongsu-dong, das für seine trendigen Cafés bekannt ist. Anstelle von Kaffee und Kuchen machen die meisten von ihnen Fotos von einer fotogenen Wand, die mit einem roten Rechteck bemalt ist. Diese chinesischen Reisenden entdecken keine versteckten Sehenswürdigkeiten rein zufällig. Viele nutzen Xiaohongshu (Das kleine rote Buch), Chinas Antwort auf Instagram, das sich gleichzeitig als ihre Reisebibel etabliert hat.

### **Die Bedeutung von Xiaohongshu**

„Xiaohongshu ist umfassend und bietet viel, was andere Plattformen nicht bieten können“, erklärte Jiao Le, ein Tourist aus Peking, während seines Besuchs der Basketballplätze in Hongkong. Mit über 1,4 Milliarden Bürgern ist China ein bedeutender Akteur im Reisemarkt, jedoch sind viele der bestehenden Reise-Apps und Empfehlungswerkzeuge nicht ausreichend in Chinesisch. Aus diesem Grund hat Xiaohongshu den Markt erfolgreich besetzt und die Art und Weise, wie Menschen in Asien und darüber hinaus reisen, revolutioniert.

Die Nutzer der App haben scheinbar unbekannte Orte, die Western-Touristen wenig beachtet haben, in Hotspots für chinesische Reisende verwandelt. Die Möglichkeit für fotogene Bilder ist ein wesentlicher Teil des Reizes; schließlich sehen diese Bilder in sozialen Medien beeindruckend aus und ermutigen andere, ebenfalls zu besuchen. So drängen in Kopenhagen chinesische Besucher nicht nur zum berühmten Mermaids-Statue oder in die Tivoli-Gärten, sondern suchen auch den Black Square im Superkilen Urban Park, einem ruhigen Wohngebiet in Nørrebro.

## **Warum Xiaohongshu so populär ist**

Chinas zögerliche Wirtschaft könnte den Appetit der Menschen auf Reisen dämpfen, doch während der diesjährigen Nationalfeiertage, auch bekannt als „Goldene Woche“, reisten 7,6 Millionen Chinesen ins und aus dem Land – ein Anstieg von 33,2 % im Vergleich zum Vorjahr, wie CCTV berichtet. Viele von ihnen haben vermutlich Xiaohongshu als Planungsressource verwendet. Die Aufwertung des beliebten Ziels, hauptsächlich unter chinesischen Touristen, liegt überaus stark im Einfluss der Plattform.

Die Nutzer von Xiaohongshu sind meist chinesische Staatsbürger, die vornehmlich in ihrer Muttersprache posten, wodurch das, was auf Xiaohongshu geschieht, oft ausschließlich im Reich der Mitte bleibt. Reisende können spannende neue Orte entdecken, doch außerhalb Chinas erreichen diese

Informationen nur wenige.

## **Hintergründe zur App**

Der Name der App spielt ironisch auf das rot eingebundene Buch an, das Zitate von Maos Zedong, dem Gründungsvater Chinas, enthält – das ist aber auch schon die einzige Ähnlichkeit. Xiaohongshu, gegründet 2013 in Shanghai von den Freunden Charlwin Mao und Miranda Qu, sollte es chinesischen Internetnutzern ermöglichen, eigene Lebensabschnitte zu teilen. Seitdem hat sie sich mit 300 Millionen Nutzern zu einer der beliebtesten Plattformen Chinas entwickelt, wobei die Hälfte der Nutzer aus städtischen Gebieten kommt und unter 35 Jahre alt ist.

Die Inhaltstypen sind mittlerweile vielfältig und reichen von Alltagsmomenten über Make-up-Tipps bis hin zu Modeguides und natürlich Reiseempfehlungen. „Es ist authentischer, weil es von vielen echten Nutzern empfohlen wird und sie ihr Feedback geben“, erklärte Xia Jiale aus Luoyang, der sich bei seinem letzten Besuch in Hongkong ausschließlich auf Xiaohongshu verlassen hat.

## **Die Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften**

Einige Unternehmen in Europa scheinen von diesem Trend zu profitieren, wie das Restaurant Lobos in London, das mehrere Tapas-Restaurants betreibt. „Lobos ist offiziell auf Xiaohongshu!“ verkündete das Restaurant im August in einem chinesischsprachigen Debüt-Post. Joel Placeres, einer der Direktor:innen des Restaurants, sagte gegenüber CNN, dass die Plattform es ihnen ermöglicht, „direkte Verbindungen zur chinesischen Gemeinschaft aufzubauen und die Sichtbarkeit des Restaurants angesichts der Herausforderungen nach der Pandemie zu erhöhen.“

Die Gerichte, die auf Xiaohongshu die meisten Likes erhalten, werden ebenfalls häufig nachgefragt, was das Restaurant veranlasst hat, mehr dieser beliebten Speisen ins Bestellsystem aufzunehmen. Während der Olympischen Sommerspiele 2024 in Paris haben mehrere Restaurants sogar Plakate angebracht, die werben, wie sehr sie auf Xiaohongshu geliebt werden – in chinesischer Sprache. Dabei soll Kunden angeregt werden, gute Bewertungen abzugeben.

Nicht alle sind jedoch mit der erhöhten Aufmerksamkeit auf Xiaohongshu zufrieden. In Hongkong hat sich eine Menschenmenge in der Nähe eines Cafés gebildet, das sich gegenüber der berühmten Basketballplätze befindet. Die vintage-inspirierte Einrichtung zieht ebenfalls Touristen an, aber die enge Gehwegfläche wird zum Problem für ältere Einheimische, die oft an dieser Stelle vorbeikommen. „Viele Hausfrauen haben sich beschwert, und es führt zu Konflikten“, berichtete der 55-jährige Anwohner Hung, der drei Mal täglich daran vorbeikommt.

„Es ist gefährlich, weil es zu Unfällen mit Fahrzeugen führen kann“, fügte er hinzu. Als Bewohner seit mehr als 40 Jahren fordert Hung die Regierung auf, mehr dafür zu tun, den Einfluss des Tourismus auf die lokalen Gemeinschaften zu mildern, wenn dieser zu einer Last wird. Sein Vorschlag ist eine einfache Maßnahme: „Setzt zumindest ein (Verkehrswarn)-Schild auf.“

| Details |                                                         |
|---------|---------------------------------------------------------|
| Quellen | • <a href="https://edition.cnn.com">edition.cnn.com</a> |

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://die-nachrichten.at)**