

## Ohne Team kein Erfolg bei der Hotel-Marken-Entwicklung

Utl.: Hotels werden noch immer von Architekten mit dem Bauherrn ohne  
Hinzuziehung von weiteren Profis entwickelt. =

Kitzbühel (TP/OTS) - Aus welchem Marktsegment sollen die Gäste kommen, warum sollen sie gerade in dieses Hotel kommen und was sind die Produkte und Dienstleistungen die hier zu welchen Preisen angeboten werden. Welche Story soll in diesem Hotel erzählt werden und was sind die bleibenden Eindrücke, die der Gast mit nach Hause nehmen sollte.

Bevor man zu bauen anfängt sollte der Markt, die Konkurrenz, das Umfeld, die Kundenstruktur und vor allem die Erfolgsfaktoren des jeweiligen Segmentes genau von Profis angeschaut worden sein. Auch die Chance einer Markeninszenierung für einen bekannten Markenartikler sollte vor Baubeginn geklärt worden sein.

"Wir verkaufen im Tourismus vor allem Gefühle und Emotionen und gerade deshalb ziehen wir bei unseren Projekten auch immer wieder eine bekannte Psychologin hinzu. Denn es gibt nichts schlimmeres, als wenn die am Reißbrett konstruierten Hotels und Erlebnisparks die Menschen emotional nicht mehr berühren und ihnen keine Geborgenheit geben." meint Bernhard Wallmann, Bereichsleiter für Tourismus von der Gassner Creativ Agentur in Kitzbühel.

"Im Team mit Prof. Dr. Dr. Lydia Hartl bieten wir professionelle Entwicklungen für neue Hotelkonzepte an. Zahlreiche Hoteltypen sind in unserer Pipeline", meint Wallmann abschließend.

### Rückfragehinweis:

Gassner Creativ Agentur  
Bernhard Wallman  
Adolf Pirchl Straße 9  
A-6370 Kitzbühel  
Tel.: +43 (0)5356 71333-17  
mailto:wallmann@gca-communication.eu

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

291403 Aug 07

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20070829\\_TPT0002](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20070829_TPT0002)