

## Erfolgsfaktoren eines Hoteliers



Stimmige Vermarktungsbotschaft des Vital-Hotel Post

Credit: Sportalpen GmbH

Fotograf: Sportalpen GmbH

Salzburg (TP/OTS) - Das mit der höchsten Auszeichnung zertifizierte Wanderhotel Post in Dienten hebt altbewährtes auf das nächste Level. Kreativ inszenierte Traditionen, familiärer Charme und eine einschlägige Marketingstrategie sorgen für ein Alleinstellungsmerkmal im Megatrend Wandern.

Zwtl.: Das Ende der Suche nach dem Statussymbol

Als Wanderhotel mit der höchsten Qualitätsauszeichnung der "best alpine" Gruppe lässt das Vital-Hotel Post in Sachen Service und Lage keine Wünsche offen. Und auch auf der Suche nach der persönlichen Note wurde die Familie Burgschwaiger schnell fündig. "In erster Linie ist es wichtig, sich auf das zu konzentrieren was man hat und was man kann. Spezialisierung ist die halbe Miete. Um den Kampf gegen die Vergleichbarkeit zu gewinnen muss man zudem Besonderheiten schaffen. Bei uns spielt dabei die Familie die wichtigste Rolle.", betont Thomas Burgschwaiger. Und wer einmal mit Kräutерhexe Barbara am Hochkönig unterwegs war oder in der "Open Kitchen" seine selbst gesammelten Pfifferlinge zubereitet hat, weiß wovon er spricht.

Zwtl.: Tradition im Wandel der Zeit

"Vieles was wir als Selbstverständlichkeit betrachten ist die Basis für unvergessliche Urlaubsmomente.", so Christine Burgschwaiger. Und deshalb präsentiert die Familie höchstpersönlich die Besonderheiten der Region auf ihre eigene Art und Weise. Als Erinnerung an den Gipfelsieg, selbstgemachte Öle oder den herrlichen Blaubeerschmarren werden die Bilder der täglich geführten Touren auf den Social Media Kanälen des Hotels verbreitet. Auch den Gästen steht

uneingeschränkter Internetzugang zur Verfügung. "Unsere Gäste tragen sich nicht mehr nur ins Gipfelbuch ein, sie wollen ihre Community am Urlaubserlebnis teilhaben lassen. Der technische Fortschritt ist für uns Hoteliers eine enorme Chance. Mit den Experten unserer Internetagentur Sportalpen haben wir ein völlig neues Marketingkonzept auf die Beine gestellt.", erklärt Thomas Burgschwaiger.

Zwtl.: Laut und deutlich - die Botschaft muss ankommen

Handy, Tablets und Notebooks sind heutzutage die ständigen Begleiter, auch im Urlaub. Dabei sein und gefunden zu werden ist für Hoteliers Grundsatz, eine klare Botschaft zu transportieren das Nonplusultra. "Um die richtigen Gäste zu erreichen ist ein einschlägiges Marketingkonzept notwendig. Egal ob Website, Google Kampagne, Content Marketing oder Hotelprospekt, die Botschaft muss sich durchziehen. Dabei ist wichtig, dass die Präsentation das Angebot des Hotels widerspiegelt und 'drin ist was drauf steht'. Dann werden Gäste zu Markenbotschaftern. Ein weiterer Vorteil der Themenspezialisierung ist der effizientere Einsatz des Marketingbudgets.", so Andreas Burgstaller von Sportalpen.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.vitalhotelpost.at](http://www.vitalhotelpost.at)

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Sportalpen GmbH  
Innsbrucker Bundesstraße 47  
A-5020 Salzburg  
<http://www.sportalpen-marketing.at>  
[info@portalpen-marketing.at](mailto:info@portalpen-marketing.at)  
Tel.: +43 (0)662 820209

Cornelia Schierl  
[cs@portalpen-marketing.at](mailto:cs@portalpen-marketing.at)  
Tel.: +43 (0)676 91 81 360

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/11617/aom>

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

TPT0001 2013-06-06/08:00

060800 Jun 13

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20130606\\_TPT0001](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20130606_TPT0001)