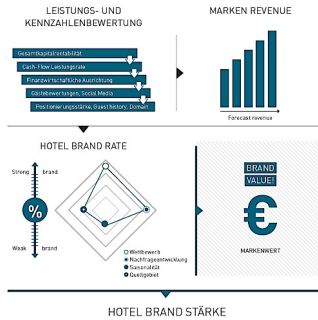


Das „Biohotel Stanglwirt“ steht für eine der erfolgreichsten familiengeführten Hotelmarken in Österreich



Hotel Brand Monitor

Credit: Prodingler Tourismusberatung

Fotograf: Prodingler Tourismusberatung

Utl.: Mit dem HOTEL BRAND MONITOR wurde der monetäre Wert des Hotels in Going bestimmt =

Wien/Zell am See (OTS) - Hotelmarken sind ein zentrales Element der heimischen Tourismusbranche. Sie dominieren das Marketing, beeinflussen Urlaubsentscheidungen und steigern den Wert von Destinationen. Vor allem kann auch die eigene Hotelbilanz gehörig davon profitieren. Wenig bekannt ist hingegen, wie eine Hotelmarke und das damit verbundene Kapital richtig zu bewerten ist. "Die Prodingler Gruppe hat deshalb mit dem Hotel Brand Monitor ein beispielgebendes Verfahren zur monetären Bewertung von Hotelmarken entwickelt", erklärt Thomas Reisenzahn, Geschäftsführer der Prodingler Gruppe.

"Es war für uns ein besonders ehrenvoller und spannender Auftrag, das Biohotel Stanglwirt nach diesem Verfahren zu bewerten", sagt Reisenzahn, "Die herzlich-familiäre Atmosphäre, kombiniert mit erstklassigem 5 Sterne-Service, hat ja schon viele bekannte Akzente in der Hotellerie gesetzt. Dem Biohotel Stanglwirt ist es damit gelungen, seine Marke durch häufige Innovationen, Vielfalt sowie steigende Dienstleistungsqualität kräftig aufzuladen und auf diesem Wege im Alpenraum eine unverwechselbare Stellung zu erobern. Das Hotel hat für sich gleichsam ein eigenständiges Tirolbild geschaffen, aufbauend auf den Elementen Gasthaus, Landwirtschaft sowie Vermarktung eigener Produkte".

Dem „Stanglwirt“ gelingt es, eine Geschichte zu erzählen, die sich

wie ein roter Faden durch alle Berührungspunkte des Hotels zieht. Dazu kommt eine architektonische Planung, die diese Inszenierung von Anfang an unterstützt. Über die Jahre wurde damit eine „einzigartige Darstellung für alle Sinne“ entwickelt, unterstreicht Patrick Stoiser, Bewertungsprofi bei Prodingler.

Mit einem Gesamterlös von über 33 Millionen € ist der Stanglwirt das umsatzstärkste Hotel in Tirol, und unter Berücksichtigung der Mitarbeiter-Vollzeitäquivalente der größte Arbeitgeber der heimischen Ferienhotellerie (292 Mitarbeiter). Neben dem Hotel Sacher Wien und dem Hilton Stadtpark zählt der Stanglwirt zu den „Umsatzkaisern“ in Österreich.

Das Hotel erreicht in der Berichterstattung in unterschiedlichsten Medien eine Reichweite von über 400 Millionen Kontakten pro Jahr. Im Gegensatz zu herkömmlicher Werbung, die gekauft wird, ist diese authentische Medienpräsenz praktisch unbezahlbar für die Region und für Tirol. Redaktioneller Inhalt, Interviews, Fotos, Videos und besondere Ereignisse wie die legendäre Weißwurstparty sorgten 2015 für eine "Medien-Wertäquivalenz" von über 10 Millionen €. Der Markenwert des Biohotels wird von der Prodingler Gruppe ebenfalls mit über 12 Millionen € beziffert.

Der Hotel Brand Monitor basiert auf unterschiedlichen Faktoren. Einerseits wird mit der Leistungs- und Kennzahlenbewertung die wirtschaftliche Grundlage mit Hilfe von Gesamtkapitalrentabilität, Cash-Flow-Leistungsrate und finanzwirtschaftlicher Ausrichtung analysiert, andererseits werden die qualitativen Kennzahlen zu Gästebewertungen und Social Media in Relation gesetzt. Zusammenfassend lassen sich folgende Aussagen aus der Bewertung ableiten:

~

- * Die Marke ist sehr profitabel und liegt bei den Benchmarks über dem Branchenschnitt
- * Die Marke Biohotel Stanglwirt hat eine klare Vision für die Zukunft
- * Die Marke wird gut gemanagt und wird von der neuen Führungsgeneration bereits kontinuierlich weiterentwickelt
- * In der Öffentlichkeit wirkt die Marke sehr glaubwürdig
- * Die Marke verkörpert einen hohen monetären Markenwert
- * Die Marke ist sehr stark und hat ein klares Profil und eine klare Abgrenzung

* Die Marke hat eine hohe Reputation

~

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

~

Rückfragehinweis:

PRODINGER TOURISMUSBERATUNG

Thomas Reisen Zahn

+43 6542 736 61-1644

t.reisen Zahn@prodinger.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/8390/aom>

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

TPT0001 2017-08-22/08:00

220800 Aug 17

Link zur Aussendung:

https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20170822_TPT0001