

## Der „Hotel Brand Monitor“ von Prodingler Tourismusberatung macht den Wert sichtbar



Grafik "Hotel Brand Monitor" von Prodingler Tourismusberatung

Credit: Prodingler Tourismusberatung  
Fotograf: Prodingler Tourismusberatung

Utl.: Neufassung der OTS0045 von 14.06.2019: Bereits mehr als 50  
Hotelmarken erfolgreich untersucht =

Wien (OTS) - Was der Gast mit der Hotelmarke verbindet, wird zum Erfolgsfaktor. Wo der Spagat zwischen Erlebnis und Hotelmarke gelingt, bleibt der Gast treu und ist kaum noch abzubringen. Erfolgreiche Hotelmarken stehen nicht nur für ein touristisches Produkt. Sie stehen für ein Lebensgefühl, bilden auch die Welt des Gastes ab, transportieren Werte, verkörpern Emotionen und Sehnsüchte und suggerieren Sicherheit und Vertrauen. Die Prodingler Beratungsgruppe misst seit einigen Jahren den monetären Wert dieser Hotelmarken mit Hilfe des „Hotel Brand Monitor“.

Die Prodingler Tourismusberatung hat in den letzten Jahren auf diese Weise mehr als 50 Hotelmarken monetär bewertet. Bekannte und erfolgreiche Hotels wie das Biohotel Stanglwirt in Going, das Auracher Löchl in Kufstein, European Ayurveda Resort Sonnhof in Thiersee, das Boutique Hotel Altstadt in Wien, das Romantik Hotel im Weissen Rössl in St. Wolfgang und der Starwinzer Leo Hillinger - sie alle haben sich den Wert ihrer Marke durch die Prodingler Gruppe bestimmen lassen.

Der Monitor hilft den Unternehmern nicht nur bei der Bestimmung des Markenwertes, sondern unterstützt sie auch ganz konkret bei Bankgesprächen, Übergaben und Bewertungen. "Die Hotelmarke ist ein meist noch verstecktes Kapital. Ihr Wert besteht aus einer hohen Markenbekanntheit sowie aus der Zufriedenheit und dem Vertrauen in

die Leistung des Unternehmens" erklärt Julia Hopfner von der Prodingler Tourismusberatung.

„Mit unserem Markenbewertungsverfahren verbinden wir den Finanzwert mit der Gästeakzeptanz und der öffentlichen Präsenz. Die wirtschaftliche Bedeutung einer Marke basiert auf einer Vielzahl von Indikatoren, die einzeln oder in Relation betrachtet wiederum eine Bewertung ergeben. In den meisten touristischen Märkten herrscht ein harter Wettbewerbsdruck. Wer am Markt punkten will, muss bei seinen Gästen ankommen und auffallen. Die Marke beeinflusst den wirtschaftlichen Erfolg und das Nachfrageverhalten", fasst Hopfner zusammen.

Das Verfahren des Hotel Brand Monitors entspricht internationalen Bewertungsstandards. Die Prodingler Bewertung des immateriellen Vermögensgegenstandes „Marke" wird von verschiedensten öffentlichen Stellen als einzige standardisierte Markenbewertung anerkannt.

~

Rückfragehinweis:

Prodingler Tourismusberatung  
Julia Hopfner  
Tel.: +43 1 890 730 9  
j.hopfner@prodinger.at  
www.prodinger-tourismusberatung.at

~

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

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

TPT0003 2019-06-21/10:17

211017 Jun 19

Link zur Aussendung:

[https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20190621\\_TPT0003](https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20190621_TPT0003)