



HOTELMARKETING GRUPPE

Wir entwickeln Hotelpersönlichkeiten.

„Manchmal muss man die Perspektive ändern, um Neues zu sehen“

München, 25. Juni 2020 - Hotellerie in Zeiten des epochalen Wandels neu denken: Wie stellen sich familiengeführte Betriebe auf ein neues Publikum ein? Die im Mai 2020 erschienene Hotelmarketing-Fibel zeigt auf 384 Hochglanz-Seiten den Weg zu konzeptionell außergewöhnlichen Häusern im deutschsprachigen Raum, die wiedererkannt werden und begeistern. Jenseits des Mittelmaßes. Prämierte Hotelbetriebe wie das Priesteregg und mama thresl im Salzburger Land, die Werdenfelserei in Garmisch-Partenkirchen oder die Ramenai im Böhmerwald werden von ausgesuchten Fotografen wie Anneliese Kompatscher und Günter Standl präsentiert.

Mit der Erfahrung aus drei Jahrzehnten im Hotelmarketing plant Patrick G. Rueff mit seinem Team an 10 Standorten im DACH-Raum innovative Projekte entweder „von der grünen Wiese weg“ oder er begleitet Bestandsbetriebe. Rund 200 Häuser berät sein Unternehmen mit Service-Zentrale in München aktuell. In der bereits 4. Edition seiner Hotelmarketing-Fibel kommen Hoteliers ebenso zu Wort wie die namhaften Architekten und Interior Designer, die gemeinsam mit der Hotelmarketing Gruppe für die Konzeption und Realisation von visionären Projekten verantwortlich zeichnen.

„Das Abwägen von Preis und Leistung galt in den letzten Jahren in allen Bereichen der Wirtschaft als Grundlage von Kauf- oder Buchungsentscheidungen. Wir erleben derzeit einen epochalen Wandel: Zukünftig werden die Hotels Erfolge verzeichnen, die es schaffen, mit den Werten ihrer Wunschgäste zu Identitätsgebern zu werden. Neben den beiden magischen Worten „Außergewöhnlichkeit“ und „Authentizität“ ist schlussendlich eines wichtig: Disziplin. In allen Bereichen. Vom Konzept bis zur laufenden Vermarktung - 24/7.“

Mit der Gründung der Hotelmarketing Gruppe im Jahr 2005 entwickelte Patrick G. Rueff das Kometenprinzip, eine dreistufige Vorgehensweise in 10 Bereichen mit 108 Einzelschritten für eine ganzheitliche Hotelentwicklung und -vermarktung. Basis ist das Konzept, dem folgt die Vertiefung. Die Vertiefung geht in die Vermarktung über: DREAM > PLAN > DO als End-2-End-Lösung zur erfolgreichen Hotelpersönlichkeit.



HOTELMARKETING GRUPPE

Wir entwickeln Hotelpersönlichkeiten.

Im Franchise-Prinzip eröffneten nach München bis heute Partner-Büros der Hotelmarketing Gruppe in Wien, Graz, Fürstenfeld, Mattersburg, Schladming, Bregenz, Auerbach, Leipzig und St. Gallen. Ein Standort in Südtirol ist in Planung. Aktuell werden inhabergeführte Hotels in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol betreut: Ab der Planungsphase über den Bau bis hin zur Gestaltung der Online-Präsenz mit Buchungs-Tool, dem Social Media Management und Programmatic Advertising.

Die einzigartigen Hotels, die hier über die letzten Jahre erdacht wurden, zeigt die Hotelmarketing Gruppe in der aktuellen Ausgabe der Hotelmarketing-Fibel Edition 4. Für Kenner der Hotelszene und Reisende mit Lust auf das Besondere ist das Design-Buch in hochwertiger Optik mit Materialien der Papiermanufaktur Gmund am Tegernsee mit Hunderten Fotos von Leuchtturm-Projekten, 38 Fachbeiträgen und Interviews ein Must-Read.

Sind Sie bereit für einen Perspektivenwechsel? Dann bestellen Sie die Hotelmarketing-Fibel gratis unter www.hotelmarketing.de/fibel.

Bildmaterial steht bereit zum Download unter www.hotelmarketing.de/presse.

Ihre Ansprechpartnerin für Presseanfragen:

Birgit Unger
Marketing Manager
HOTELMARKETING GRUPPE
E-Mail: unger@hotelmarketing.de