

Power of Print im Tourismus

Warum und wo Druck-Produkte unverzichtbar sind.

WIEN/STOCKERAU. Wie geht es Ihnen, wenn Sie im Restaurant ein Tablet in die Hand gedrückt bekommen, um aus den aktuellen Saisonalgerichten auszuwählen? Oder wenn Sie im Hotelflur stehen, eine unbedruckte weiße Keycard in Händen halten und jetzt doch nicht mehr ganz sicher sind, ob man Ihnen an der Rezeption Zimmer 413 oder 430 gesagt hat? Wie fühlen Sie sich, wenn Ihnen der Herzliebste am Jubiläumstag sagt: „Ich schenke Dir ein wunderbares Spa-Wochenende in einem tollen Hotel – schau in Deine E-Mail – da findest Du alle Infos“?

Ob es sich um Broschüren für Themengastlichkeit im Restaurant, um stilvolle Menükarten, um kreative Türhänger, praktische Karton-Sleeves für die Zimmer-Keycard, um erholungsvermittelnde Spa-Broschüren, freudebereitende Give-aways, repräsentative Gutscheine und Gutscheinboxen oder um einen Flaschenhänger handelt, der die Geschichte des gewählten Rotweins erzählt: Printprodukte sind im Gastronomie- und Hotellerie-Bereich nicht wegzudenken! Sie bieten darüber hinaus eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Vernetzung mit der digitalen Welt.

Nicht Entweder-oder, sondern Sowohl-als-auch

Die kürzlich erschienene Metaanalyse „The Power of Print“ gibt wissenschaftlich fundierte Antworten zu den Wirkungseffekten

Jetzt „The Power of Print“ ...

... **anfordern** und Antworten auf folgende Fragen erhalten:

- Wie macht Print meine Kampagnen effektiver und effizienter?
- Wie baue ich mit Print Markenerinnerung und Markenvertrauen auf?
- Wie differenziert Print meine Marke und meine Produkte im Wettbewerb?
- Wie nutze ich die Kraft von Printmedien in Verkaufsprozessen?
- Wie erhöhe ich durch Verpackungsgestaltung die Kaufbereitschaft am Point of Sale?
- Wann lohnt sich die Investition in eine Veredelung von Werbemitteln und Verpackungen?
- Welche Bedeutung hat Print für meinen digitalen Marketingserfolg?



© Hotel Lanina/Bergmann

von Druckprodukten und ordnet diese in die Praxis ein – unter anderem anhand von Tourismus-Beispielen. Die Analyse beruht auf der Auswertung der Erkenntnisse aus über 300 singulären Studien. Das Credo von Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, wird darin bestätigt: „In vielen Beratungsprozessen zur Konzeption und Produktion von Drucksorten betonen wir immer wieder, dass es um die Verbindung und das optimale Zusammenspiel verschiedener Kommunikationskanäle geht. Die neu vorliegende Metaanalyse bestätigt das, denn dort heißt es wörtlich, dass ‚Marketer auf eine *crossmediale* Strategie setzen sollten. Marketingforscher belegen die Wirkkraft von Print im Zusammenspiel mit anderen Kanälen.“

Sie ergänzt im Hinblick auf ihr Unternehmen: „Die Verbindung von Online- und Offline-Welten

ist für uns ein zentrales Thema einer haptischen Drucksorte, die durch NFC und AR die Brücke in die digitale Welt schafft – vom statischen Druckprodukt zum digitalen Zahlungsvorgang, zu 3D-Animationen, Hologrammen, Videos, digitalen Gewinnspielen oder Gamification-Elementen. Das sind Entwicklungen, mit denen wir uns in Zusammenarbeit mit Digitalagenturen schon seit Jahren befassen und gemeinsame Lösungen umsetzen, die für Hotels, Reisebüros und -veranstalter, Spa-Zentren, Erlebnisparks und weitere Tourismus-Einrichtungen höchst relevant sind.“

Was Print-Produkte erfolgreich macht

Auf die Frage, was es denn braucht, damit Print-Produkte im Tourismus die optimale Wirkung erzielen, antwortet Wallner-Bösmüller: „Es geht um den *Dialog!* Je besser der Dialog mit den

Gästen und KundInnen, desto erfolgreicher ist das Hotel, das Reisebüro, der Reiseveranstalter, die Therme oder der Kinder-Themenpark. Je besser der Dialog dieser Unternehmen mit dem Print-Produktionsunternehmen, desto erfolgreicher ist die Drucksorte.“

Was bedeutet das konkret?

„Je früher wir als Produktionsunternehmen in die Zielsetzungsdefinition und die Kreativplanung miteinbezogen sind, desto mehr kann unsere Expertise für das perfekte Ergebnis nutzbar gemacht werden. Das umfasst z.B. eine innovative und aufmerksamkeitswirksame Konstruktion des Mailings, die perfekte Produktion aller Einzelteile, die optimale Kombination von Individualisierungs- und Personalisierungsmöglichkeiten, die Adressierung und die zeitgerechte Postaufgabe genauso, wie die möglichst effiziente Produktion aller Gäste-Drucksorten durch die zum Unternehmen passende Auswahl einheitlicher Papiersorten und -stärken.“

Wenn Sie somit Ihren Gästen im Restaurant auch in Zukunft eine stilvolle Speisekarte mit aktuellen saisonalen Gerichten in die Hand geben wollen, wenn Sie sicherstellen wollen, dass Ihre Gäste durch die Keycard-Kartonhülle mit der aufgedruckten Zimmernummer problemlos das richtige Zimmer beziehen, wenn Sie sicherstellen wollen, dass die Übergabe des Geschenks eines Erlebniswochenendes in Ihrem Haus die perfekte emotionale Wirkung erzielt, Sie kommunizieren wollen, welche großartige Geschichte der zum Menü gewählte Rotwein hat und bei vielem mehr, dann sollten Sie auf Printprodukte keinesfalls verzichten!



Ing. Doris Wallner-Bösmüller
Geschäftsführerin
Bösmüller Print Management
Tel.: 02266/68180-0
d.wallner-boesmueller@boesmueller.at
www.boesmueller.at