

Halbjahresbericht 2025 – neukunden.at liefert belastbare Vertriebsergebnisse

1. Know-how-Transfer in das Vertriebsteam

Insgesamt haben 17 Personen von drei Kunden den spezialisierten Vertriebskurs „Erfolgreiche Bearbeitung von Interessenten in der Hotellerie“ aus der neukunden.at-Akademie (siehe: [neukunden.at Akademie-Kurs](#)) erfolgreich absolviert. Der Fokus der Ausbildung liegt auf Spezifika des Vertriebs in die Hotellerie.

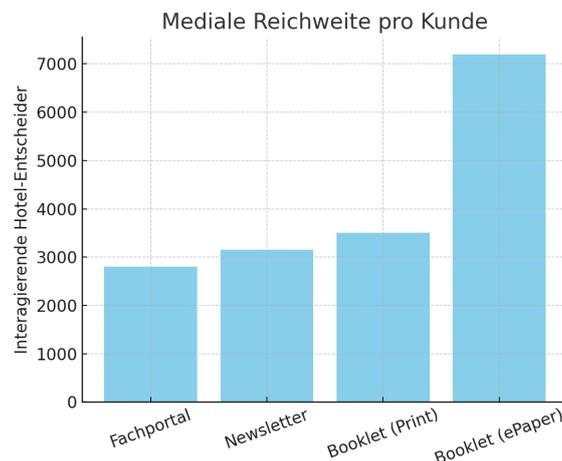
Ergebnis: Alle Teilnehmer haben die Vertriebs-Spezialisierung erfolgreich absolviert.

2. Medialeistung: Reichweite, Sichtbarkeit und qualifizierte Leads

Durch die gezielte Nutzung der hotelimpulse-Medienkanäle – Fachportal, Booklet und Newsletter – wurde für jeden Kunden eine nachhaltige Sichtbarkeit in der Zielgruppe Hotel-Entscheider erzielt.

Mindestreichweite hotelimpulse-Medienkanäle pro Kunde:

- **Fachportal** (www.hotelimpulse.at): min. 225.000 Sichtkontakte, erzeugt durch ca. 2.800 Hotel-Entscheider
- **Newsletter**: gelesen von 3.150 Hotel-Entscheidern
- **Booklet**: postalisch an 3.500 Entscheider versendet, zusätzlich 7.200 ePaper-Downloads



NEU: Persönliche Produktinformation vor Ort im Hotel

Das **Außendienst-Team** von hotelimpulse.at hat die Kundenprodukte wöchentlich bei 5 Hotel-Entscheidern vorgestellt – bislang bereits 62 persönliche Präsentationen pro Kunde.

Ergebnis Medialeistung je Kunde (Stufe 1: Interesse wecken):

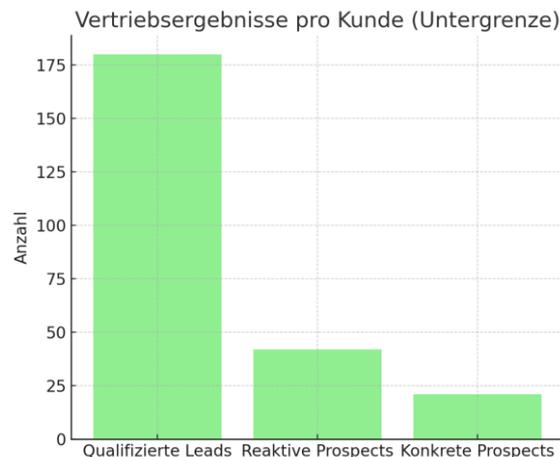
Messbare Bekanntheit in der Zielgruppe. Jeder Kunde konnte durch diese Medialeistung mindestens 180 qualifizierte Leads generieren.

3. Telefonische Weiterbearbeitung Qualifizierung und Lead-Nurturing

Pro Kunde wurden zumindest 650 Telefonstunden durch 7 erfahrene Telesales-Spezialisten erbracht. Es wurden bis zu 280 Gespräche pro Tag geführt.

Ergebnis je Kunde (Stufe 2: Interesse konkretisieren):

Mindestens 21 konkrete Prospects und weitere 42 reaktive Prospects je Kunde.



Benchmark

Insgesamt kann für 2025 festgestellt werden, dass die österreichischen Hotels sehr gute Auslastungsniveaus erreichen. Die Investitionsentscheidungen erfolgen jedoch bedachter als in den Jahren zuvor. Aus diesem Grund ist eine strukturierte und konsistente vertriebliche Bearbeitung erfolgskritisch.

Fazit

Die Kombination aus **zielgerichteter medialer Sichtbarkeit**, um Interesse zu wecken und **systematischer telefonischer Nachverfolgung**, um gewecktes Interesse zu konkretisieren, erzeugt substantielle und skalierbare Vertriebsergebnisse im Hotelmarkt. Die Kunden bestätigen, dass auch durch die **spezialisierte Vertriebsausbildung** bereits kurzfristig Zusatzumsätze erzielt wurden.

Begriffserklärungen

Qualifizierter Lead: Ein Hotel-Entscheider, der mindestens 3-mal mit dem Angebot des Kunden interagiert hat – Interesse wurde erfolgreich geweckt.

Reaktiver Prospect: Ein interessierter Hotel-Entscheider, der nach durchschnittlich 5 Erklärungs-Gesprächen Produkt und Kontext versteht, das Produkt einsetzen will, aktuell aber keinen idealen Umsetzungszeitpunkt hat. Er meldet sich selbst beim Kunden.

Konkreter Prospect: Ein interessierter Hotel-Entscheider, der nach durchschnittlich 5 Erklärungs-Gesprächen sowohl Produkt und Kontext versteht als auch konkreten Umsetzungswunsch hat – er will mit dem Kunden die nächsten Schritte besprechen.

Rückfragen: Dr. Reinhard Neudorfer office@neukunden.at, +43 664 8860 5939