

ERGEBNISBERICHT

hotelimpulse – Vertriebskommunikation Sommer/Herbst 2025

1. Executive Summary

Die Vertriebskommunikation über hotelimpulse erreicht präzise die Entscheider der investitionsaktiven Hotellerie. Durch die exklusive Partnerstruktur (max. 10 Anbieter) und das Zusammenspiel von Online, Print und Newsletter werden hohe Sichtkontakte und qualifizierte Leads erzielt. Der ROI für Werbekunden zeigt sich in konkreten Anfragen und messbarer Markenwirkung.

2. Maximale Relevanz in der Zielgruppe

Die Kampagne erzielte eine außergewöhnlich hohe Relevanz in der Kernzielgruppe der österr. Hotellerie. Dies wurde durch zwei zentrale Erfolgsfaktoren erreicht:

- a. **Begrenzte Partnerzahl:** Mit maximal zehn Kommunikationspartnern pro Kampagne wird ein exklusiver Kommunikationsrahmen geschaffen, der den individuellen *Share of Voice* maximiert.
- b. **Multichannel-Strategie:** Die kombinierte Nutzung von Fachportal, Booklet und Service-Newsletter sorgt für ein optimales Zusammenspiel aus Reichweite, Wiedererkennung und Aktivierung.



3. Fachportal – Leser und Sichtkontakte

Die redaktionelle Präsentation der zehn Partnerangebote war über den gesamten Zeitraum prominent auf der Startseite sichtbar.

- Leser: 3.000–4.700 Hotel-Entscheider pro Angebot
- Sichtkontakte: rund 120.000 pro Angebot

➔ **Diese Zahlen belegen eine überdurchschnittliche Reichweite und Positionierung in der Zielgruppe der investitionsaktiven Hotels.**

4. Booklet – Präzise Verteilung an Entscheidungsträger

Das postalische Booklet erreichte 5.500 Hotel-Entscheider in 4.500 Hotels. In größeren Betrieben wurden bis zu drei Führungskräfte gezielt adressiert. Zusätzlich erfolgte eine persönliche Verteilung auf der Hotelmesse FAFGA in Innsbruck sowie durch Multiplikatoren.

Verteilung im Detail:

- Postalischer Versand: 5.500 Stück ab 28. August
- Multiplikatoren-Auflage: 500 Stück verteilt an 25 Meinungsführer (11. September)
- Messe FAFGA Innsbruck: 300 Stück verteilt (15.–17. September)

➔ **Insgesamt wurden 6.300 Booklets präzise in die Zielgruppe der Hotel-Entscheider gebracht.**

5. Service Newsletter – Interaktionen und Leads

Der *hotelimpulse Service Newsletter* wurde an 10.700 Hotel-Entscheider versendet und 6.220x geklickt. Jedes einzelne Angebot wurde von 4.380 Hotel-Entscheidern gesehen. Die Öffnungsrate (binnen 24h) war 41%.

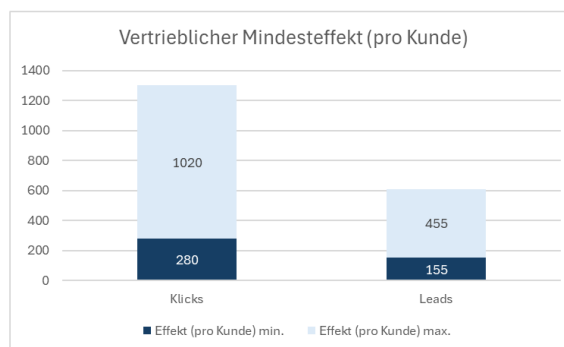
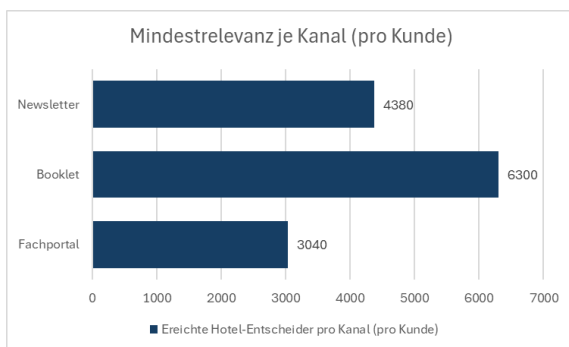
Performance je Kunde:

- Klicks pro Angebot: 280 - 1.020 Klicks
- Qualifizierte Leads pro Kunde: 155 – 455 Hotel-Entscheider (mindestens 3 Interaktionen)

➔ **Diese Werte liegen deutlich über den branchenüblichen Benchmarks und belegen die hohe vertriebliche Wirksamkeit des Newsletters.**

6. Zusammenfassung und Fazit

Die *hotelimpulse*-Vertriebskommunikation schafft mit den Kanälen Fachportal + Booklet + Newsletter eine nachhaltige und handlungsleitende Markenpräsenz in der Zielgruppe der Hotel-Entscheider.



Die Kombination aus redaktioneller Darstellung, postalischer Präsenz und digitaler Aktivierung auf den *hotelimpulse* Kanälen führt zu:

- überdurchschnittlicher Reichweite und Sichtbarkeit
- messbaren Interaktionen und Leads
- konkreten Anfragen und nachweisbarem Vertriebserfolg

Damit beweist *hotelimpulse* die Position als führender, vertriebswirksamer B2B-Kommunikationskanal für Innovationen in der Hotellerie.

Begriffserklärung

Qualifizierter Lead: Ein Hotel-Entscheider, der mindestens dreimal mit dem Angebot eines Kunden interagiert hat – das Interesse wurde somit erfolgreich validiert.

Kontakt: Dr. Reinhard Neudorfer | office@neukunden.at | +43 664 8860 5939