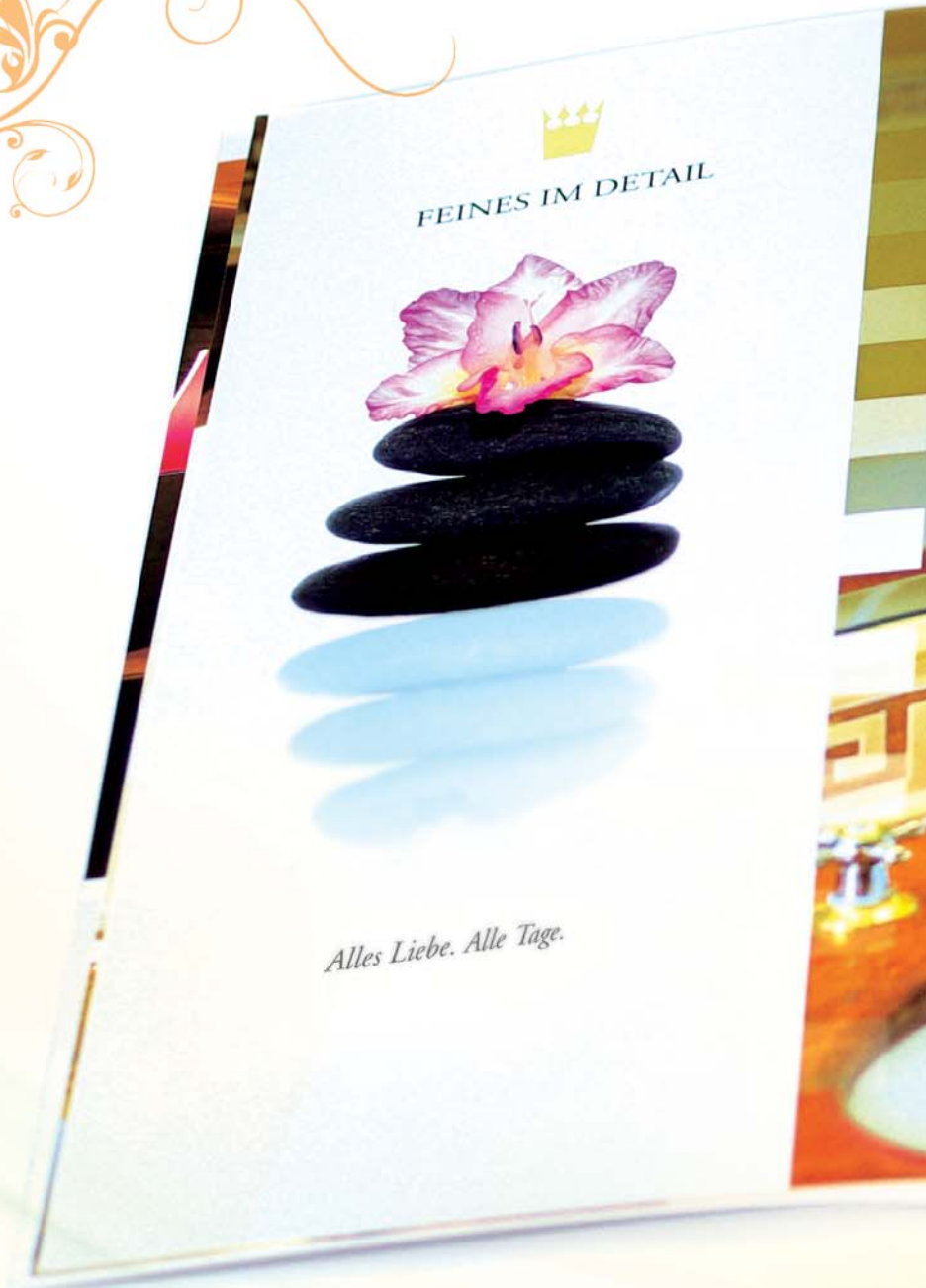




Des Schlosses  
neue Kleider



## Ausgangspunkt

Also: Ein Schloss, wie man sich das vielleicht vorstellt, mit Zinnen und Wassergräben, ist das Schlosshotel Fiss nicht. Aber imposant ist es in allen Fällern und die Lage auf einem Sonnenplateau im oberen Tiroler Inntal, mitten im schönsten Ski- und Wandergebiet, ist wahrhaft fürstlich. Als wäre das noch nicht genug, verwöhnt das Schlosshotel Fiss seine Gäste mit kulinarischen Hochgenüssen, gediegener Wohlfühlatmosphäre in einem über 3.000 qm großen Spa und herrlich großzügigen Zimmern mit allen nur erdenklichen Annehmlichkeiten. Kurzum: 4-Sterne Superior-Komfort vom Feinsten auf 1.400 Meter Höhe. Leider gaben die im Einsatz befindlichen Prospekte diesen hohen Standard nur unzureichend wieder und auch die laufende Außenkommunikation hätte mehr Konstanz verdient. Nach ausführlichen Vorgesprächen erhielt MAROUNDPARTNER den Auftrag, ein Kommunikationskonzept zu entwickeln, das der Erscheinung des Hauses, der Kommunikation mit Stammgästen und der Gewinnung von Gästen eine neue Wertigkeit verleiht.





## Der strategische Ansatz

Bereits nach erster Analyse war klar, dass für die Print-Werbemittel ein qualifiziertes System geschaffen werden muss, das einerseits hohen gestalterischen Ansprüchen genügt, andererseits aber teure Redundanzen vermeidet und eine wirtschaftliche Produktion zulässt. Dieses System musste sich auf alles ausdehnen, womit das Haus regelmäßig mit seinen Gästen kommuniziert oder Neugäste gewinnt. Obwohl sich eine aufwändige Fotoproduktion wegen der Kürze der Vorlaufzeit verbot und nur bestehendes Fotomaterial eingesetzt werden konnte, mussten vor allem Grafik Design und Text für eine deutliche Aufwertung des Auftritts sorgen. Außerdem war dem Rechnung zu tragen, dass Stammgäste und Neugäste eine jeweils eigene Ansprache brauchen.





Der geschilderten Strategie folgend entstand ein Basisprospekt, der auf sämtliche Aktualitäten verzichtet, aber die Besonderheiten des Hauses und der Region emotional einfängt. Ergänzt wird dieser Prospekt durch eine umfassende, bebilderte Preisinformation, die saisonal wechselt. Den Wellness- und Beautyangeboten wurde ein eigener Prospekt gewidmet, da dieser nicht nur in der Außenkommunikation eingesetzt wird, sondern auch im Haus selbst aufliegt. Als permanenter Draht zu Gästen, die schon einmal im Haus waren, entstand das Gästemagazin „Sonntage“, das, mit hohem redaktionellem Anspruch geschrieben, Themen aus dem Haus, aber auch Interessantes aus der Urlaubsumgebung des Schlosshotels bietet. Abgeleitet vom Gestaltungsmuster der „Sonntage“ entstanden Beilagen, die in Zeitschriften eingesetzt werden und direkt adressierbare „Selfmailer“ für aktuelle und kurzfristige saisonale Einsätze. Für eine komplette Sommersaison, die vom späten Frühling bis in den späten Herbst reicht, hatte MAROUNDPARTNER darüber hinaus einen Aktionsplan für den Einsatz des Gästemagazins, für Beilagen und Mailings entwickelt, der nach einem strikten Zeit- und Mediakonzept abgearbeitet wurde.

## Die UMSETZUNG

Alle bisher erschienenen Fallbeispiele zum downloaden:

[www.maroundpartner.com/aktuell/downloads](http://www.maroundpartner.com/aktuell/downloads)

Am Knie 8 · 81241 München  
 Deutschland  
 Fon ++49-89-54 71 18-0  
 Fax ++49-89-54 71 18-10  
 maro@maropublic.com  
 www.maroundpartner.com

MARO :: PARTNER  
 WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS