

KATALOG oder MAGAZIN ?

Neue Ansätze
für Hotels und
Destinationen





Gedrucktes im Zeitalter des Internets

Die Prophezeiung war eindeutig: Das Internet ersetzt den Prospekt. Die Realität zeigte: Der Prospekt oder der Katalog verschwinden vielleicht, nicht aber das Druckwerk mit seinen animativen und haptischen Qualitäten. Der Prospekt, der lediglich die Inhalte wiederholt, die auch im Internet zu finden sind, ist sicher ein Auslaufmodell. Auch die vor allem von Hotels viel geübte Praxis, den Prospekt Jahr für Jahr mit ein paar Bildern und den nötigen Änderungen in der Preisliste zu überarbeiten und als erste „Anregung“ an Gäste und Interessenten zu schicken, hat keine Zukunft. Gäste, die das Haus oder die Region schon kennen, werden durch das immer gleiche Gestaltungsmuster kaum angeregt. Und den neuen Interessenten liefert das als Text verkappte Selbstlob, garniert mit grenzwertig ehrlichen Bildern auch nicht gerade die richtige Entscheidungshilfe. Vor allem nicht im Zeitalter der Internet-Bewertungsplattformen, die der Selbstdarstellung oft sehr widersprechen.





Das Magazin als Animator

Das Internet ist in seiner Informationstiefe und seiner Dialogfähigkeit unschlagbar. Seine emotionalen Qualitäten sind hingegen begrenzt. Innovative Hoteliers und Destinationen haben diese Lücke längst erkannt und ergänzen den Online-Auftritt mit gedruckten Animatoren, die mit dem Wort ganz anders umgehen als die Suchmaschinen-optimierten Internet-Texte. Sie arbeiten auch mit dem Bild viel plakativer, als dies im Web möglich ist. Die Rede ist vom Hotel- oder Destinationsmagazin. Allerdings handelt es sich bei vielen dieser Magazine noch um aufgepeppten Prospekt, die sich von den herkömmlichen Mustern der Selbstdarstellung nicht lösen, die nicht den Mut haben, das wegzulassen, was im Internet ohnehin schneller und besser zu finden ist. Worum es geht, ist aber, dass mit dem Magazin eine Ausdrucksform gefunden wird, die neue Anregungen bietet und die Darstellung von Hotel oder Region originär bereichert.

LEBENS

KREU
DE

Exzellenter Text, sprechende Bilder

Wie bei jedem guten Magazin ist der Text nicht das schmückende Beiwerk zum Bild, sondern ein wesentlicher Animations- und Informationsfaktor. Er muss mit der Distanz des neutralen Betrachters oder Journalisten geschrieben sein, beleuchtet in gut recherchierten und geschriebenen Artikeln die verschiedenen Angebote und Aspekte eines Hotels oder einer Region, spricht auch von Menschen und Machern, bietet Hintergründe und Seitenblicke. Da jede Magazinausgabe ein neuer Auftritt ist, muss nicht alles reingepackt werden, was Haus oder Ort zu bieten haben. Das Ziel ist nicht die Vollständigkeit sondern die immer neue Anregung. Angebote haben darin ihren Platz, die komplette Preisliste gehört hingegen in eine extra Beilage. Wer diese Kriterien berücksichtigt, gewinnt mit dem Magazin ein neues Werbemittel hinzu, das diesen Namen auch verdient.

Für Hotel- und Destinationsmagazine bietet MAROUNDPARTNER: Redaktion und Recherche, komplette Gestaltung, Bildarchiv und Fotoproduktion, Abwicklung der kompletten Druckproduktion.



Am Knie 8 · 81241 München
Deutschland
Fon ++49-89-547118-0
Fax ++49-89-547118-10
hm@maropublic.com
www.maroundpartner.com

Alle bisher erschienenen Fallbeispiele zum Downloaden:
www.maroundpartner.com/aktuell/downloads

MARO :: PARTNER
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS