

seel SUPERIOR
EXPERIENCES.
EXCEPTIONAL
LIFESTYLES.

Über inszenierte Hotelwelten und echte Erlebnisse

SEEL. ALS KREATIV- UND UMSETZUNGSPARTNER



Text: Jens Schlangenotto
Chief Service Office & Partner by seel

Durch meine Hotelvergangenheit in diversen nationalen und internationalen Stationen durfte ich einige Konzepte erleben und mit gestalten. Auf dem Weg durch kleine und große, neue und neu aufgebaute Hotelbetriebe habe ich einige sehr schöne und gelungene Konzepte beobachten und begleiten dürfen und dabei festgestellt, worin die echten Merkmale eines nicht nur sehr gelungenen, sondern am Ende auch wirtschaftlich erfolgreichen Konzeptes bestehen.

Am Ende zählt für mich immer der **Wohlfühlfaktor**. Wie fühlt sich ein Gast im Objekt? Wie bewegt er sich und wie fügt er sich in das Konzept ein? Das Ziel eines Hotelbetriebes ist es heutzutage nicht mehr nur, den Gast zufrieden zu stellen respektive seine Erwartungen zu übertreffen, sondern vielmehr ihn zu einem Wiederholungsgast werden zu lassen. Zu einem Stammgast.

Im Markenaufbau sprechen wir von der Customer Journey, die längst nicht mehr mit dem Begleichen der Zimmerrechnung endet, sondern ihn zu einem Multiplikator (Empfehlungsgeber) oder Wiederholungsgast werden lässt.

Und damit dies mit einer hohen Wahrscheinlichkeit eintreffen kann gilt es, einige Merkmale zu kennen und im Aufbau einer Hotelmarke zu beachten.

An dieser Stelle kommt ein ganz wesentlicher Punkt auf die Tagesordnung, der bereits in der Planung berücksichtigt werden sollte.

Welche Ziele verfolgen die Hoteleigentümer oder die Hotelbetreiber?

Bei seel. sprechen wir davon, dass Hotelbetriebe und exklusive Hotelanlagen zu Destinationen werden. Destinationen haben ebenfalls gewisse Merkmale, die es zu berücksichtigen gilt. Was sich dahinter verbirgt, erfahren unsere Klienten in der Zusammenarbeit mit unserem Team.

Ist das Ziel, eine eben solche individuell gestaltete Destination für die Hotelgäste zu kreieren, sind die Betreiber und Eigentümer bei seel. genau richtig.

Doch über welche Merkmale im Aufbau einer exklusiven Hotelmarke sprechen wir?

AUTHENTIZITÄT

Künstlich inszenierte und unnatürlich wirkende Objekte und Projekte sind Beispiele für das Gegenteil dessen von dem wir hier sprechen und was seel. meint, wenn es um authentische Objekte geht. Wir meinen die Verwurzelung am Ort und die Übertragung und Identifikation mit der Historie des Orts, an dem wir aktiv sind oder werden wollen.

VERBUNDENHEIT

Die Hotelwelt und die Nutzung des Gasts der entsprechenden Angebote ändert sich. Gäste lechzen nach der eben beschriebenen Authentizität und nach Verbundenheit. Eine echte Verbundenheit zu einem Hotel kann anstehen, wenn entsprechende Merkmale ins Konzept integriert sind und die visuelle Aufbereitung ansprechend gestaltet wurde. Es werden Punkte zum Andocken kreiert und gelebt.

ERLEBBARKEIT

Der zukünftige Hotelgast wird mehr denn je nach Erlebnissen Ausschau halten. Erlebnisse, die ihm den kurzfristigen Ausflug in eine andere Welt ermöglichen ohne dabei ins Unnatürliche abzudriften. Individuelle Erlebnisse sind es am Ende, die sich ins episodische Gehirn des Gastes verlaufen und dort regelmäßig den Wunsch nach einer Rückkehr an diesen Ort hervorrufen. seel. hat es sich zur Aufgabe gemacht, Hotelbetreiber explizit in diesem Punkt kreativ in Form eines Gesamtkonzepts zu unterstützen.

AURA

Die auf einer Markenidentität eines Objekts beruhende Aura eines Hotelbetriebes formt sich mehr und mehr zu einer gewünschten Aura. So entsteht mit der Zeit das gewünschte Markenimage. Die Markenidentität wiederum beruht auf ziemlich exakt planbaren Elementen in der Kommunikation. Sowohl der visuellen als auch der Text- und erlebten Kommunikation.

Wir wollen einen Sog kreieren und kein lautes Push-Marketing betreiben. Unsere Ideen für eine neuartige und einzigartige Konzeption sind mannigfaltig und orientieren sich gleichzeitig an den Erfahrungen aus bisherigen Projekten.

seel. steht für Einzigartigkeit,
für gestalterische Individualität,
für außergewöhnliche Konzeptionen und
für echte Erlebnisse und Lebendigkeit
mit einem Fokus... der Gast steht im Mittelpunkt.

#neueHotelwelten
#echteIndividualität
#einzigartigeKonzeption
#luxuriöseKreativität
#seelHotelmarketing

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.
js-seel@ef-es.com

seel SUPERIOR
EXPERIENCES.
EXCEPTIONAL
LIFESTYLES.