

## **Session 5: Neue Angebote für neue Zielgruppen**

**Moderatorin: Gabriele Bryant**

### **Ausgangslage:**

Die alten Zielgruppen, vor allem aus dem Ausland, kommen vielerorts nicht mehr. Wo finden wir neue Zielgruppen und womit können wir sie ansprechen?

### **Wo könnten die neuen Zielmärkte sein?**

Schweiz, Welschschweiz, Tessin.

Deutschland, Österreich.

Italien, Frankreich, Benelux, UK, Skandinavien...

- Wir müssen jetzt die abholen, die sonst im Winter auf die Malediven fliegen.
- Skifahrer, Wellnessgäste ansprechen

### **Stadthotels**

- In den Städten wird es im Winter noch schwieriger werden.
- Shopping und Events als Angebote ziehen nicht mehr. Die Leute shoppen grade lieber online und verzichten auf grosse Events.
- Wie wär's mit kulturellen Packages?
- Die ganze Destination muss mitziehen. Ein einzelnes Hotel kann da wenig ausrichten.
- Warum können wir keine Landbewohner in die Stadt holen, damit sie mal was Anderes erleben!?
- Staycations: Locals ins Hotel holen. In Luzern gab es einen Rabatt als Dankeschön an die Lokalbevölkerung.

### **Allgemein**

- Wir hatten diesen Sommer so viele Romands wie noch nie zuvor. Für sie ist die Deutschschweiz ja fast wie Ausland. Wie können wir das fortsetzen?
- Wer Romands will, muss zwingend französisch sprechen - im Marketing, aber auch im Hotel/Restaurant.
- Schweizer Hotels sollten sowieso viersprachig kommunizieren.
  
- Allgemein nehmen Last Minute Mentalität und Kurzfristigkeit zu.
- Es geht nicht darum, günstiger zu sein, sondern mehr Erlebnis zu bieten.
- teilweise werden Packages gerade sehr viel mehr gebucht als früher.
- Spezielle Angebote schnüren, die es sonst nicht gibt: Candlelight-Dinner im Zimmer, Dinner nur für Zwei auf der Terrasse, exklusive Loungeangebote, Räume erleben, die man sonst nicht zu sehen bekommt, etc.
- Dynamische Packages zum Selberzusammenstellung mit exklusiven Zusatzleistungen auch in der Destination und/oder mit Direktoren/Mitarbeitenden.

- Manche Angebote muss man auch einfach fürs Image, für die Strahlkraft und fürs Storytelling/Contentmarketing machen.
- Gratis Minibar (bei Direktbuchung) kommt bei uns grade sehr gut an.
- Wir haben ein exklusives Angebot «Hochzeit für Zwei» aufgesetzt, das kam sogar in 20Minuten.
- Wir machen ein Angebot mit Restaurantgutschein in Basel.
- Wir sollten jüngere Zielgruppen ansprechen.

**Anmerkung - Link zum Thema Staycations:**

<https://www.hotelchamp.com/blog/create-staycation-campaign-2020/>