



**Freizeitträume**  
Für die schönste  
Zeit: Drucksorten  
als wertvolle  
Reiseinfoquelle  
und für Goodies.

# Kommunikation bewegt den Gast

Erfolgreiche Tourismus-Unternehmen schaffen schon weit vor der eigentlichen Buchungsentscheidung Erlebnisse für den Gast. Wie das geht? Durch stimmige, authentische und glaubhafte Kommunikation.

STOCKERAU/WIEN. Spa-Bereiche, Hauben-Restaurants und das lauschige Zimmer werden dort gebucht, wo das emotionale Gesamterlebnis des Urlaubs schon im Vorfeld am glaubhaftesten vermittelt wird; gedruckte Informationen übernehmen dabei eine Hauptrolle.

Die kürzlich durchgeführte Tourismusanalyse 2016 der Stiftung für Zukunftsfragen zeigt, dass mehr als sieben von zehn Personen bereits vor der Reisesaison genau wissen, wohin sie fahren werden. Die Entscheidung der Reisewilligen fällt somit schon sehr früh. Mit anderen Worten: Im Herbst und Frühwinter müssen alle Informationstools geplant und rechtzeitig fertiggestellt werden, um als Destination im Entscheidungsprozess der potenziellen Gäste eine Rolle zu spielen.

## Authentizität wirkt!

Es steht außer Frage, dass Online-Informationen im Tourismus unabdingbar notwendig sind. Das „digitale Schmöckern“ umfasst Real-time-Informationen über Zimmerverfügbarkeiten, Preise sowie Bewertungen und Gäste-Rezensionen. Sie sind als essenzielle Ent-

scheidungsgrundlage nicht mehr wegzudenken.

70% aller Konsumenten informieren sich auf Online-Buchungsplattformen. Aber gleich dahinter folgt mit 55,4% „Tipps von Familie/Freunden/Bekanntem“, und 52,2% geben an, sich in gedruckten Unterlagen zu informieren. (Quelle: statista.com – Informationsquellen Reise- und Urlaubsplanung).

Im Tourismus-Bereich kommt es also ganz besonders darauf an, dass Papier, Format, Veredelung und Funktionalität der Drucksorten – als Ergänzung zum Internet-Auftritt und zur Social-Media-Kommunikation – ein *homogenes* Bild ergeben und genau das ausdrücken, was der Gast vor Ort erleben wird. Die Haptik einer Drucksorte generiert dabei einen starken Werte-Impact durch die Tastempfindung, die implizit Signale ans Gehirn sendet; die den Inhalt stützt, ihm Glaubwürdigkeit verleiht und sich tiefer im Gehirn verankern kann.

## Haptisches Erlebnis

Bestätigt wird das durch die im Februar 2016 von FOCUS Institut Marketing Research veröffentlichte

Studie zur Wirksamkeit von Print-Kommunikation. Studienautor Klaus Fessel zeigt auf, dass sich die Wahrnehmung der Werbeaktivitäten im Printbereich zwischen 2000 und 2015 deutlich von 35% auf 42% verbessert hat. Er erklärt die Steigerung der Print-Wahmnehmungswerte mit dem Umstand, dass Print seine Image-Werte deutlich ausbauen konnte. Der „Gefälligkeitswert“ der Print-Werbung stieg von 5,2 (im Jahr 2000) auf den Wert 6 der 10er-Skala (2015).

Darüber hinaus verbinden Medienkonsumenten mit Print-Werbung vor allem die positiven Image-Eigenschaften informativ, modern, originell und sympathisch.



© Bösmüller (3)

**Ing. Doris Wallner-Bösmüller**  
GF, Bösmüller Print Management  
Tel.: 02266/68180-0  
d.wallner-boesmueller@boesmueller.at  
[www.boesmueller.at](http://www.boesmueller.at)

Vor allem bei der Eigenschaft „informativ“ (38%) zeigt sich ein deutlicher Abstand zu anderen Medienträgern. „Print-Werbung verkauft sich in diesen Image-Eigenschaften am besten von allen Werbeträgern“, stellt Fessel fest (Quelle: ÖZV).

## Tipps für die Tourismusbranche

Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, schlussfolgert: „Als qualitätsorientierter Anbieter für Print-Produktionen und damit verbundene Serviceleistungen arbeiten wir für viele namhafte Hotels und Tourismusunternehmen und stellen dabei vermehrt fest: Erstens – die Drucksorten müssen die Werte des Unternehmens widerspiegeln; wir beraten bei der Papierwahl, Veredelung, etc. Zweitens: Eine gesamtheitliche Betrachtung kann den Mitteleinsatz und die Wirkung optimieren. Drittens: Alle Kontaktpunkte mit dem Gast können als Kommunikationsmöglichkeit genutzt werden – vom Welcome-Folder über die Schlüsselkartenhülle, die Festtagsbroschüren, die Gästezeitung, das Malbuch für die kleinen Gäste, die Box mit Leckerli für den Hund bis hin zur Rechnungshülle inkl. Empfehlungskarte für Freunde.“

Die Beratung über die optimale Nutzung aller Möglichkeiten und die qualitätsgesicherte, vollkommen klimaneutrale Druckproduktion zählt zu den Kernkompetenzen von Bösmüller Print Management.