

Tageszeitung speziell für Hotelgäste

Neue Wege der Kundenbindung in Münchner Hilton Hotels / „HotelPress“ auch mit Hausmitteilungen

MÜNCHEN (o). In den beiden Hilton-Häusern in München, Hilton Munich Park und Hilton Munich City, gibt es seit Anfang des Jahres einen neuen Service: Jeder Gast, der eincheckt, bekommt die „Hilton Tageszeitung“ überreicht, die neue Hauszeitung des Hauses. Das Grundkonzept dieser Zeitung heißt „HotelPress“ und stammt aus dem 4media Verlag. Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Kultur des aktuellen Tages werden dabei redaktionell aufbereitet und als achtseitige Abendzeitung dem Gast übergeben. Das Prinzip ist unter www.hotelpress.de beschrieben.

Der Vorteil für Hilton besteht aber nicht nur darin, den Gästen eine aktuelle Zusammenfassung des Tages zu geben. In diese Tageszeitung eingestreut sind auch Hilton-Nachrichten. „Hinweise auf Angebote der Häuser, neue Produkte der Hilton-Gruppe, Ankündigungen von Veranstaltungen und andere Marketing-Inhalte kann ich auf diese Weise viel intensiver an die Gäs-

te kommunizieren“, beschreibt Daniel Birkenmayer, PR & Marketing Manager der beiden Münchener Hilton-Häuser, seinen Nutzen.

Michael Schützendorf, General Manager für Hilton Munich Park und Munich City, freut sich über die Resonanz: „Unsere Gäste nehmen den neuen Service sehr gut auf. Diese Mischung aus Welt- und Hotel-Tageszeitung ist neu und alles Neue macht aufmerksam.“

Obwohl die Hilton-Tageszeitungen zunächst nur in deutscher Sprache erscheinen, haben die Gäste der Münchener Häuser den neuen Service bereits in ihrem Gedächtnis aufgenommen. Schützendorf: „Die ersten Stammgäste fragen das Empfangs-Personal schon nach der Hilton-Tageszeitung, wenn sie wiederkommen. Ich glaube, dass uns die Zeitung beim Prägen der Marke ‚Hilton‘ hilft.“

Der Begrüßungstext des General Managers – früher auf den Zimmern ausgelegt – fließt als Standard-Artikel mit ein in die Hilton-

Tageszeitung. „Die Gästezeitung ist so etwas wie ein ‚Trojanisches Pferd‘ für unsere Botschaften. In diesem redaktionellen Umfeld wirkt die Ansprache an die Gäste noch viel intensiver, und die Kosten sind, gemessen an dem hohen Marketing-Nutzen, überschaubar.“

Sorgen, dass die Hilton-Tageszeitung im Angebot anderer gedruckter Informationen untergehen, macht sich Birkenmayer nicht. „Unsere Gäste bekommen trotzdem die gewünschten Tageszeitungen weiter; und natürlich auch Prospekte und Kataloge der Hilton-Gruppe.“

Aber ein knapp gefasster Mix aus News und Marketing konkurriert nicht mit den Tageszeitungen oder Prospekten. Die ersten guten Erfahrungen belegen, dass es richtig ist, auf neue Tools zu setzen. Ich möchte, dass unsere Gäste etwas lesen, was sie interessiert. Und wenn sie sich nicht auch für Hilton interessieren würden, hätten sie ja woanders gebucht.“