

«Ich bin lieber Märchenonkel und Gastgeber»

Dank DirectFactory realisiert das Märchenhotel seine Mailings einfach und schnell



Das ehemalige Grandhotel und heutige Märchenhotel wurde im Jahr 1907 erbaut. Wo früher wohlhabende Gäste aus England und später aus Frankreich residierten, geniessen heute Familien märchenhafte Ferien.



Märchenhotel
Bellevue ****
Familie
Martin und Lydia Vogel
8784 Braunwald

www.maerchenhotel.ch

In Sachen Effizienz ist DirectFactory – das Onlinetool zum Gestalten von Mailings der Schweizerischen Post – unschlagbar. Das hat auch Martin Vogel, Direktor des Märchenhotels in Braunwald, erkannt und im Sommer 2009 erstmals ein Kartenmailing mit DirectFactory realisiert. Die Benutzerfreundlichkeit des Tools, die Druckqualität und das Preis-Leistungs-Verhältnis begeisterten den Hotelier – das nächste Mailing ist deshalb bereits in Planung.

Das Märchenhotel Bellevue

Es war einmal vor über 30 Jahren, da erzählte Martin Vogel der schreienden kleinen Monika zur Beruhigung ein Märchen. Seit diesem Tag wartet jeden Abend eine ganze Kinderschar auf die bunten Geschichten des Märchenonkels. Des Erzählens ist er noch nie müde geworden: «Die lustigen Reaktionen der Kinder inspirieren mich zu immer neuen Geschichten.»

Umringt von mächtigen Dreitausendern, auf der Terrasse von Braunwald, thront das stolze ehemalige Grandhotel, in dessen über 100-jährigen Gemäuern es märchenhaft zu- und hergeht. Hier können Mamis und Papis wieder mal ganz Frau respektive Mann sein und in schicker Abendgarderobe gediegene Sechsgangmenüs geniessen oder sich im «Wellness on the top» vom vollen Leben mit ihren Kindern erholen – während sich die Kleinen im «Gumpischloss» und im hoteleigenen Kindergarten vergnügen.

Lydia und Martin Vogel haben ihr Hotel klar positioniert: «Bei uns sind alle Gäste willkommen, doch unser Angebot ist auf Familien mit Kindern ausgerichtet. Dieses Segment macht rund 80 Prozent unserer Kundschaft aus.» Um ihre Gäste zu überraschen, lassen sich die beiden auch Ausgefallenes einfallen: Elefanten im Hotelgarten, ein Glaslift durch Aquarien, Geisternacht für Kinder mit Übernachtung im Zelt... Solche Attraktionen machen nicht nur den Aufenthalt der Gäste spannend, sie sind auch eine Investition in die Zukunft: «Wer begeistert ist, empfiehlt uns weiter. So erreichen wir potenzielle Familien viel gezielter als durch das Einkufen von Adressen», ist der Hotelier und Präsident der KidsHotels Schweiz überzeugt.



Seit nunmehr 30 Jahren erzählt Martin Vogel seinen kleinen Gästen jeden Abend ein Märchen. «Am besten bin ich, wenn ich die Geschichten spontan erfinde», so der Märchenonkel.

Die Herausforderung

Martin Vogel ist überzeugt, dass Werbung die Hälfte seines Erfolgs ausmacht. Trotzdem wirbt er nicht im grossen Stil: «Ich schreibe meinen Gästen nur, wenn ich etwas Neues zu bieten habe.» Zwei gedruckte Mailings und drei bis vier elektronische Newsletter verschicken Lydia und Martin Vogel pro Jahr. Im Zür-

cher Hauptbahnhof oder in anderen Ferienregionen machten sie auch schon mit Plakaten auf das Märchenhotel aufmerksam. Besonders wertvoll für die Bekanntmachung sind Reportagen, wie sie zum Beispiel nach der Vergabe des internationalen Tourismuspreises «Milestone» im Jahre 2006 durch Bundesrätin Doris Leuthard und einer Laudatio von Trudi Gerster in Titeln wie der «Schweizer Familie» oder in «Wir Eltern» erschienen. Und natürlich gewinnt heute das Internet ständig an Bedeutung. Laut Martin Vogel informieren sich inzwischen 90 Prozent auf der Hotelwebsite über das Angebot.

Am liebsten konzentriert sich Martin Vogel auf sein Kerngeschäft: «Wie andere Hoteliers bin auch ich ein schlechter Verkäufer. Ich bin viel lieber Märchenonkel und Gastgeber.» Werbung muss also einfach und schnell realisierbar und trotzdem wirkungsstark sein.

Das Onlinetool DirectFactory

Patric Vogel, einer der Söhne der Familie, machte seinen Vater auf das Onlinetool DirectFactory (www.post.ch/directfactory) der Schweizerischen Post aufmerksam. Und so informierten Lydia und Martin Vogel mit einem online erstellten Mailing kürzlich die Gäste über ihre jüngste Idee, nämlich den Sprösslingen jeweils am Mittwoch das Zepter im Märchenhotel zu übergeben. «Das ist übrigens etwas Sensationelles. Diese Woche waren 52 Kinder im Einsatz», berichtet der Hotelier begeistert. «Die erhaltenen Krawatten tragen die kleinen Vizedirektoren auch nach Dienstende noch voller Stolz.»

Gestaltet hat das Mailing «Traumjobs zu vergeben.» Tobias Knecht von der Typowerkstatt in Glarus. «DirectFactory war für die Umsetzung des Mailings sehr gut geeignet. Alles hat tipp topp geklappt», so der Typograf. Überzeugt hat ihn auch die Benutzerfreundlichkeit: «Das Tool war sehr einfach und sicher zu bedienen und auch die Adressdaten liessen sich problemlos einlesen.»

Der Nutzen für das Märchenhotel

Martin Vogel ist vom Service von DirectFactory begeistert: «Früher adressierten, verpackten und frankierten wir die Mailings selbst, das bedeutete viel Aufwand. Dank DirectFactory haben wir nichts mehr mit dem Versand zu tun, wir müssen nur die Adressen selektieren.» Er schätzt die Preistransparenz, das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und die hohe Qualität von Druck und Adressierung. «Die unzustellbaren Karten erreichten uns in ausgezeichnetem Zustand.» Das Ergebnis beeindruckte auch Tobias Knecht: «Druck und Lackierung waren von erstaunlicher Qualität.»

Eine detaillierte Erfolgsauswertung ist nicht möglich, denn das Mailing, das an rund 8000 Kunden in der Schweiz verschickt wurde, war nicht darauf ausgerichtet, Abschlüsse zu erzielen. «Wir wollten unseren Gästen zeigen, dass es im Märchenhotel immer wieder Neues zu erleben gibt. Auf einen Teaser haben wir bewusst verzichtet», erklärt Martin Vogel, der aus der Massnahme aber auch eine Lehre gezogen hat: «Die Resonanz war sehr positiv, doch der Versand Mitte Juli war definitiv etwas spät, was die Anzahl Buchungen zeigte. Diese Erfahrung lehrt uns, wie enorm wichtig der Zeitpunkt ist.» Martin Vogel möchte auch in Zukunft DirectFactory nutzen: «Wir werden damit unsere Iglu-Wochen im nächsten Winter bewerben.» Man darf gespannt sein, was sich die Familie Vogel dazu noch alles einfallen lässt.

Das Onlinetool zum Kreieren und Verschicken von Mailings finden Sie unter www.post.ch/directfactory



Dank DirectFactory wird nicht nur das Führen des Märchenhotels, sondern auch das Realisieren von Mailings zum Kinderspiel.

2009-1017 (PM) 09.2009