

Ihr Haus spricht hier für sich

Ein Foto auf der Homepage ist normal, ein virtueller Rundgang ist besser

Für Hoteliers, die potenzielle Kunden auch per Internet mit einem effektvollen und informativen Auftritt von ihren Leistungen überzeugen wollen, dürften die virtuellen Rundgänge von Ralph Hoppe interessant sein.



Das Foto, mit Zoom-Funktion, dreht sich um 360° – der Plan zeigt den jeweiligen Ausschnitt

Der Fotograf selbst spricht von den fünf Dimensionen seiner Aufnahmen, denn auf dem Monitor des Betrachters erscheint nicht nur das dreidimensionale Panoramafoto, beispielsweise einer Suite oder Ferienwohnung, sondern auch ein animierter, zweidimensionaler Lageplan, auf dem dargestellt wird, welcher Ausschnitt des Panoramas gerade zu sehen ist. Eine solche Darstellung ist für den Betrachter wesentlich eindrucksvoller und aufschlussreicher als ein simples Foto und gibt ihm das gute Gefühl, bei einer Online-Buchung nicht die Katze im Sack zu kaufen.

Hoppe, der inzwischen auch zahlreiche 5-Sterne-Hotels zu seinen Kunden zählt, hat die nötige Technik selbst weiterentwickelt, so dass der Aufwand für das Shooting sehr gering ist. Wie Hoppe sagt, erklären seine Kunden, dass sie seit der Präsentation ihrer 360°-Fotos einen Nachfrage- und Buchungsanstieg von bis zu 20 Prozent verzeichnen.

Pro Panoramaaufnahme braucht der Fotograf etwa eine Stunde, die Nachbearbeitung erfolgt im Studio. Hoppe berechnet 250 Euro je Panorama, der Lageplan wird für 60 Euro erstellt, ab zehn Aufnahmen entfallen innerhalb Deutschlands die Anfahrtkosten – Rabatte sind Verhandlungssache. Der Kunde erwirbt mit dem Panorama auch das Copyright, so dass die in sehr hoher Bildqualität vorliegenden Fotos auch im Offsetdruck, beispielsweise für Broschüren, verwendet werden können. (tph)

Im Internet: www.fotohoppe.de

Yellow Press für den Koch

Neue Monatszeitung „Der Koch“ ähnelt der „Bild“-Zeitung – Von einem GV-Fachverlag

Die Welt der Gemeinschaftsverpflegung war Eric M.C. Schwaab wohl zu langweilig. Der Chefredakteur der bekannten GV-Fachzeitschrift „PV Report“ gründete jetzt ein völlig neues Blatt, großformatig, mit marktschreierischen Schlagzeilen und einer konsequenten Ausrichtung auf die Zielgruppe: „Der Koch“ erscheint seit März dieses Jahres im rheinischen Zeitungsformat mit Headlines wie „Bush feuert Koch“ und dem halbnackten Mädchen auf Seite 4.

Das Konzept ist klar: Yellow Press für den Koch. In der Zielgruppe – an manchem Arbeitsplatz wird auch gerne mal der Pirelli-Kalender aufgehängt – schätzt man unterhaltsamen Journalismus, wie zum Beispiel Stories über die Lieblingsmenüs großer Staatslenker oder PR-Coups von Alfred Biolek. Oder doch nicht? Die Auflage von „Der Koch“ beträgt

nach Verlagsangaben monatlich 15.000 Exemplare – wieviele verkauft werden (Copypreis 1 Euro), wird nicht gesagt.



„Der Koch“: Monatliche Fachzeitung auf richtigem Niveau?

Die wichtigsten Inhalte der Koch-Bild-Zeitung sind wohl die Stellenanzeigen und eventuell das „Küchenhoroskop“. Die Lektüre des 16-Seiters ist kurzweilig. Doch der geneigte Leser findet in dem sehr knapp gehaltenen Impressum weder Angaben zum Herausgeber noch zu Verlag und Redaktion. Diese bestehen nämlich aus dem eingespielten Team vom „PV-Report“. Aber die anspruchsvollen Fachjournalisten wollen vielleicht in einem Kampfbblatt wie „Der Koch“ nicht genannt werden. Werbetreibende Lieferanten dürfen für eine ganzseitige Anzeige (in Plakatgröße) satte 6.000 Euro zahlen. (C)

Im Internet: www.derkoch.info

Reisebüro im Fernsehen

Sonnenklar TV: Potenter Vertriebspartner für Hotels und erfolgreicher Tourismusvermarkter

Christiane zu Salm könnte eine erfolgreiche Hoteliere sein. Die attraktive Unternehmerin strahlt Zuversicht und Erfolg aus – und ist mit ihrem TV-Unternehmen Euvia Media der Star. Die Sender „Neun Live“ und „Sonnenklar TV“ sind mit Zuschaueranrufen und Telefonbuchungen absolut erfolgreich. Als erste Fernsehproduzentin in Deutschland hat sie einen unabhängigen Reisesender mit bundesweiter Ausstrahlung erschaffen. Ihr einziger ernst zu nehmender Konkurrent ist „TV Travel Shop“ von TUI und Touropa.

Sonnenklar TV bezeichnet sich selbst als führender Reiseverkaufsender in Deutschland: 2003 wurden Reisen im Gesamtwert von 141 Millionen Euro verkauft, Die Gesamtzahl der Gäste betrug 399.600 – drei Jumbojets täglich. Der Euvia-Sender (das Unternehmen gehört seit wenigen Wochen zur Pro Sieben Sat.1-Gruppe) bietet Rund- und Städtereisen sowie Event- und Pauschalreisen. Sonnenklar TV ist seit März 2003 ein eigener Sender und ist in jedem zweiten deutschen Haushalt zu empfangen,



Frontmann von Sonnenklar TV: stets telegene Hotelverkäufer gehören zum Erscheinungsbild des Senders

also in circa 19 Millionen Haushalten. „Deshalb ist Sonnenklar TV ein interessanter Partner für Hotels“, sagt Burkhard Rüdiger, Pressesprecher von Euvia Media.

Sonnenklar TV bezieht alle Produkte von speziellen Veranstaltern. Dennoch können sich Urlaubs- oder Städtetouristen beim Sender bewerben: Telefon (07141) 68 53-100. Dabei sind für den Sender aber nur exklusive

Hotelangebote mit Zusatzleistungen von Interesse, wie zum Beispiel Wellness-Packages, außergewöhnliche Dinner oder besondere Ausflüge. Die Übernahme von Produktionskosten für den TV-Beitrag ist gesondert mit dem Reiseveranstalter zu vereinbaren.

Alle Hotelfilme, die Sonnenklar TV bisher ausgestrahlt hat, sind auch im Internet abrufbar. Dies sind immerhin schon mehr als 300. Durch die Reichweitenentwicklung hat sich Sonnenklar TV als Reisebüro im Fernsehen gemauert und ist nunmehr ein potenter Vertriebspartner. (C)

Im Internet: www.sonnenklar.tv