



DIANA
CONSULTING

the spirit of tourism

HOTELTRENDS 2022

für die Europa Wanderhotels



Wanderhotels®

with  from Diana

Darf ich mich vorstellen?

Diana Monnerjahn

Founder & Senior Manager
Diana Consulting GmbH

*We ♥ to make
you successful*



Akzeptanz von Veränderungen

Phasen einer Krise

In diesen **Phasen** bewältigen wir eine Krise:

1. Schock

- ▶ Lähmung
- ▶ Nicht-Wahrhaben-Wollen

2. Reaktion

- ▶ Chaotische Emotionen, Angst
- ▶ Verdrängung

3. Bearbeitung

- ▶ Akzeptanz
- ▶ Lösungen suchen

4. Neuorientierung

- ▶ Zu sich selbst
- ▶ Zur Umwelt



Quarks

Die Phasen sind oft nicht klar voneinander zu trennen.

Quelle: Cullberg (1987), Kast (1989)

WDR®

#sustainability

#positioning

#trends

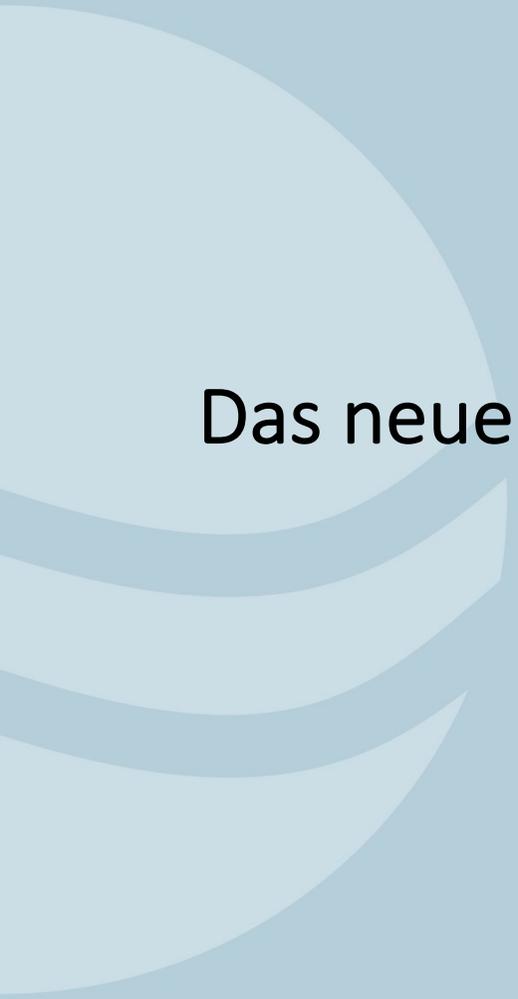
#USP

#brand

#creativity

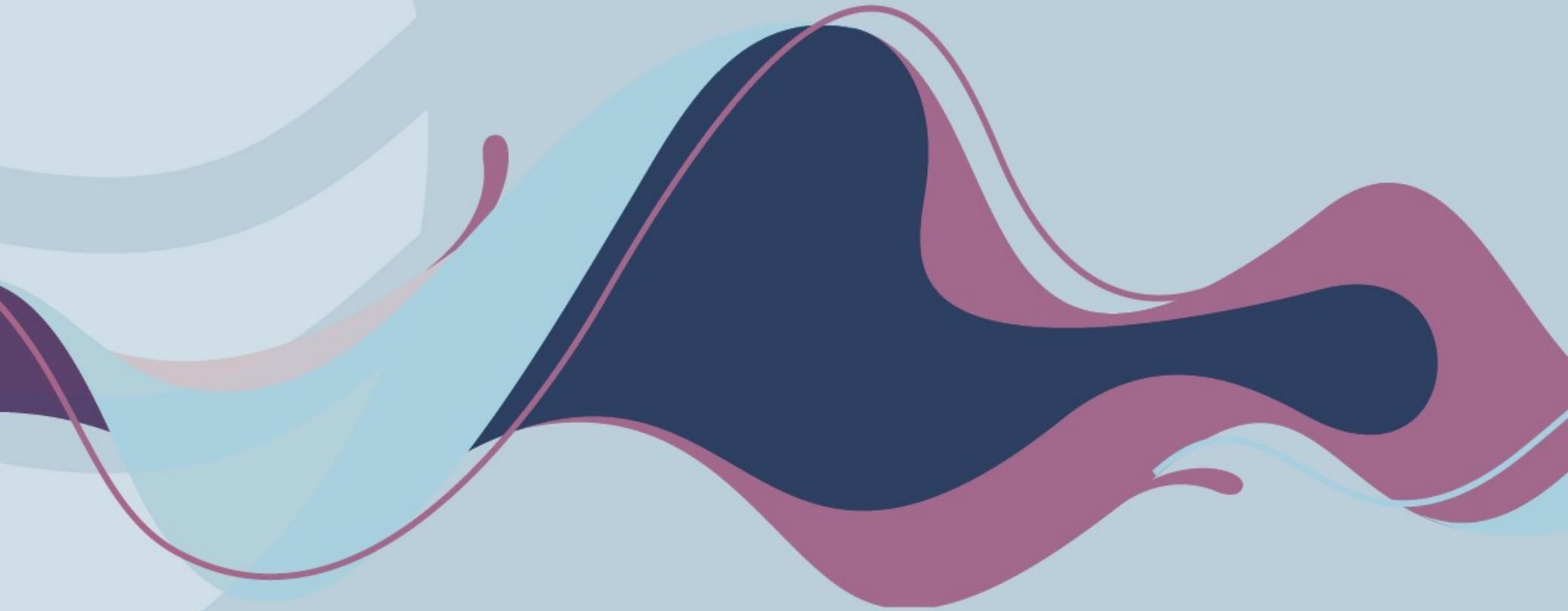


TRENDS



Das neue Hotelzimmer muss den Gast verstehen.
...nicht umgekehrt!

Voice Search

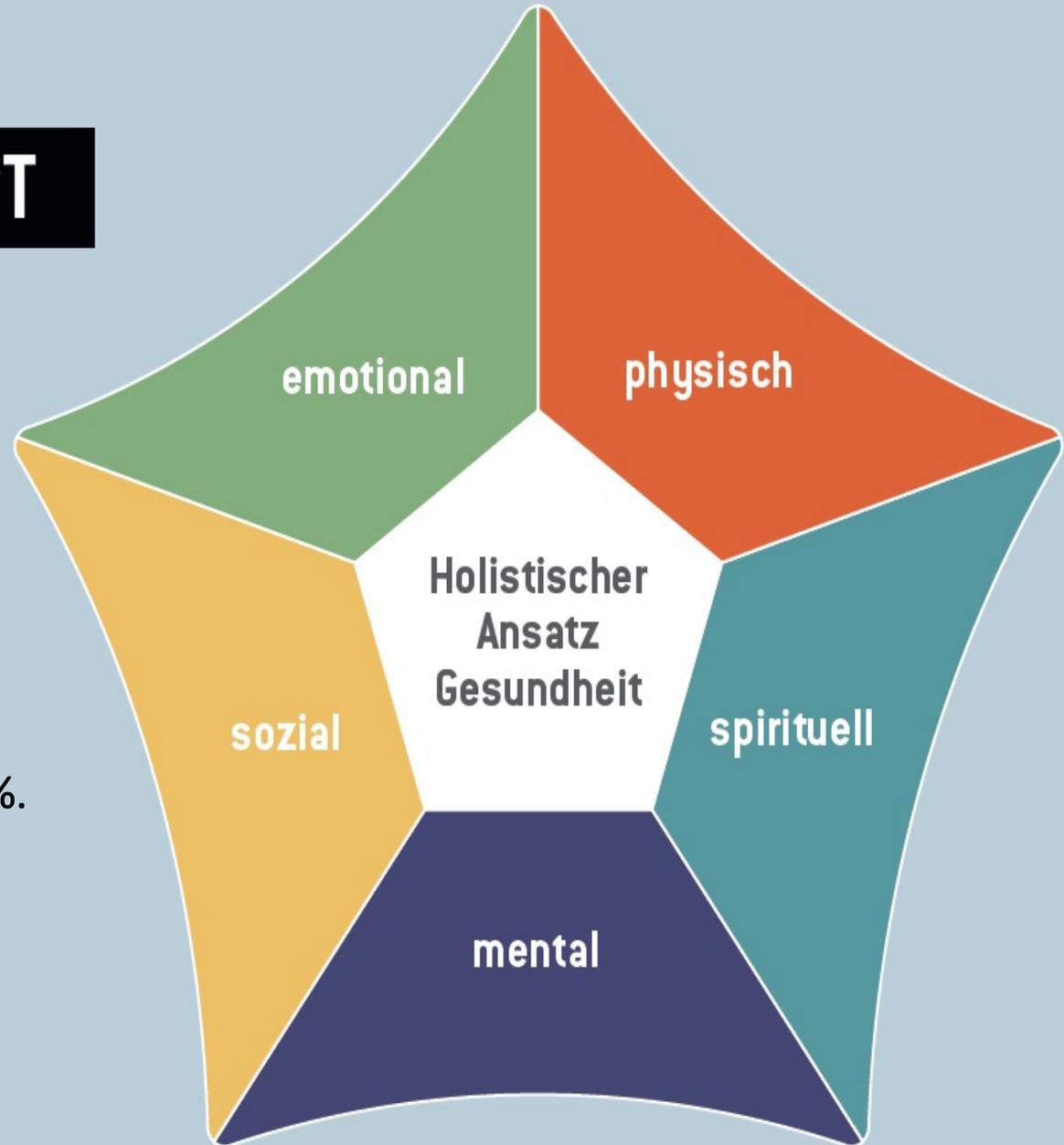


Personalisierter Aufenthalt



HOLISTISCHES

GESUNDHEITSKONZEPT



Wenn Thema Gesundheit, dann 100%.

An aerial photograph of a person rappelling down a rope over a turbulent, turquoise river. The water is filled with white foam and rapids, and several large, brown rocks are scattered throughout. The person is wearing a red shirt and is positioned in the center of the frame, holding onto the rope. The overall scene is dynamic and adventurous.

NATUR

UND

SPORT

REISEN IN DER GRUPPE



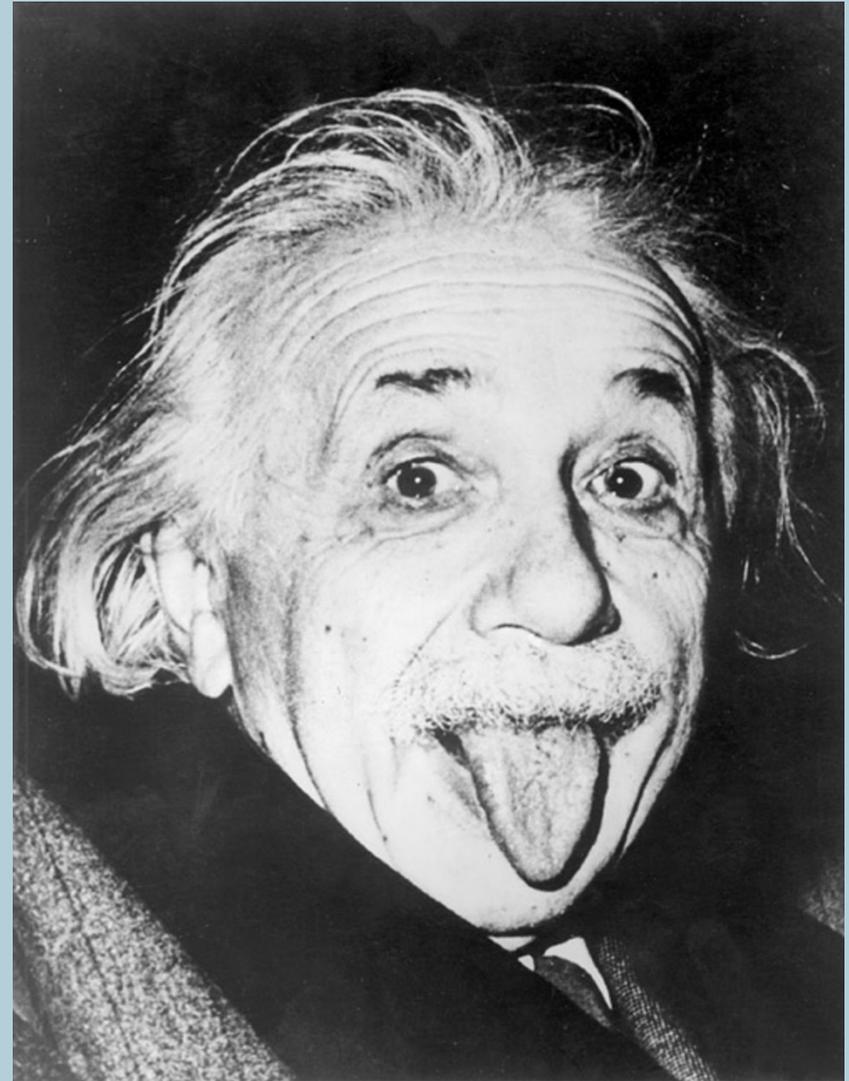
An aerial photograph of a vast, dense forest covering a hillside. The trees are a mix of dark green and lighter green, suggesting different species or stages of growth. The forest extends to the top of the frame, where it meets a hazy, overcast sky. The overall scene is lush and natural.

NACHHALTIGKEIT

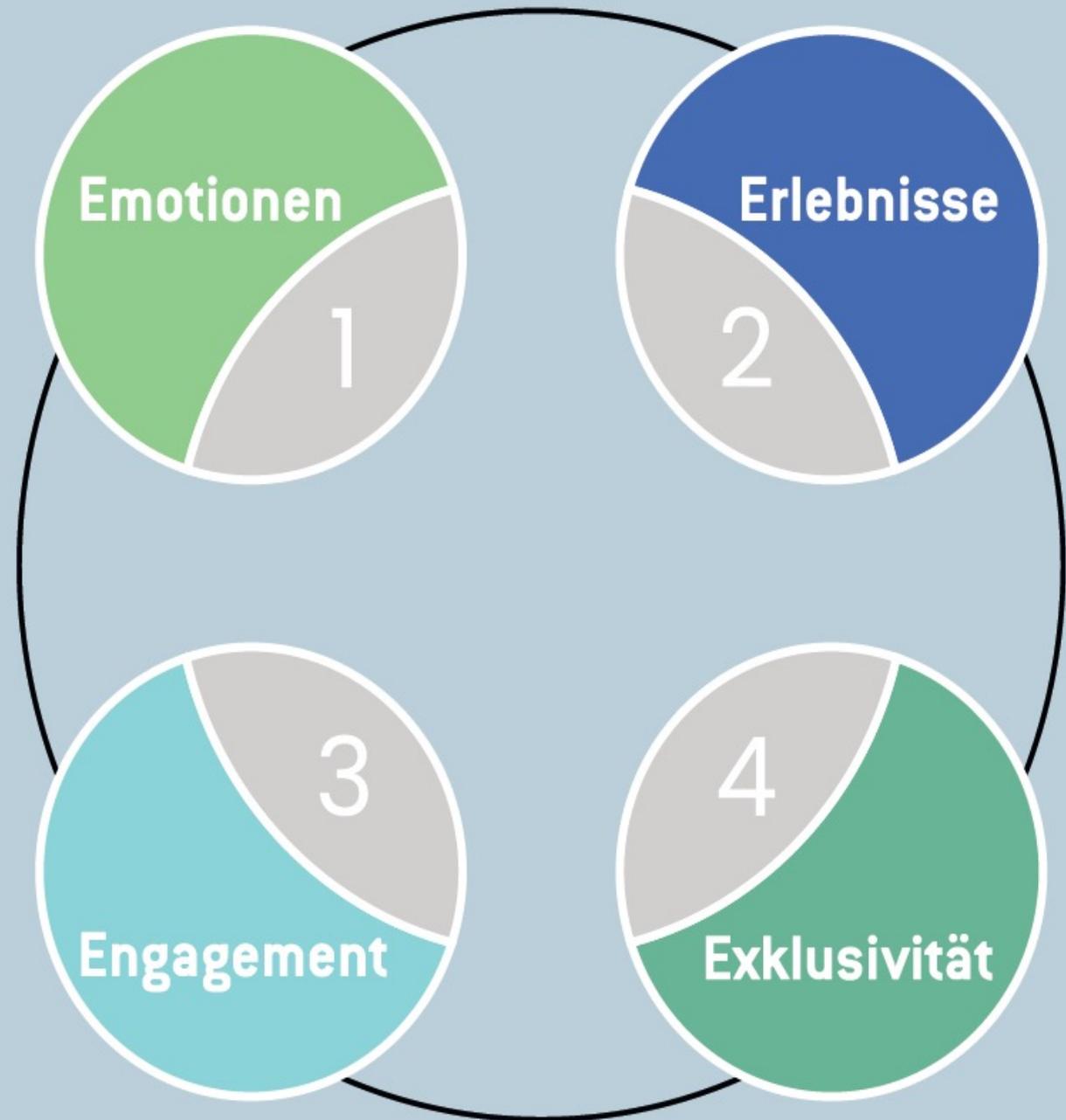
UND CRS

MARKETINGTRENDS VERÄNDERN SICH...

Das Leben ist wie ein Fahrrad.
Man muss sich vorwärtsbewegen um das
Gleichgewicht nicht zu verlieren.
(Albert Einstein)



4 Es





ERLEBNISSE

EMOTIONEN



o



ENGAGEMENT

EXKLUSIVITÄT



WAS KANN ICH ALS (KLEINER) BETRIEB TUN?

Authentisch sein
Werte mit Leben füllen
Aktionen mittragen

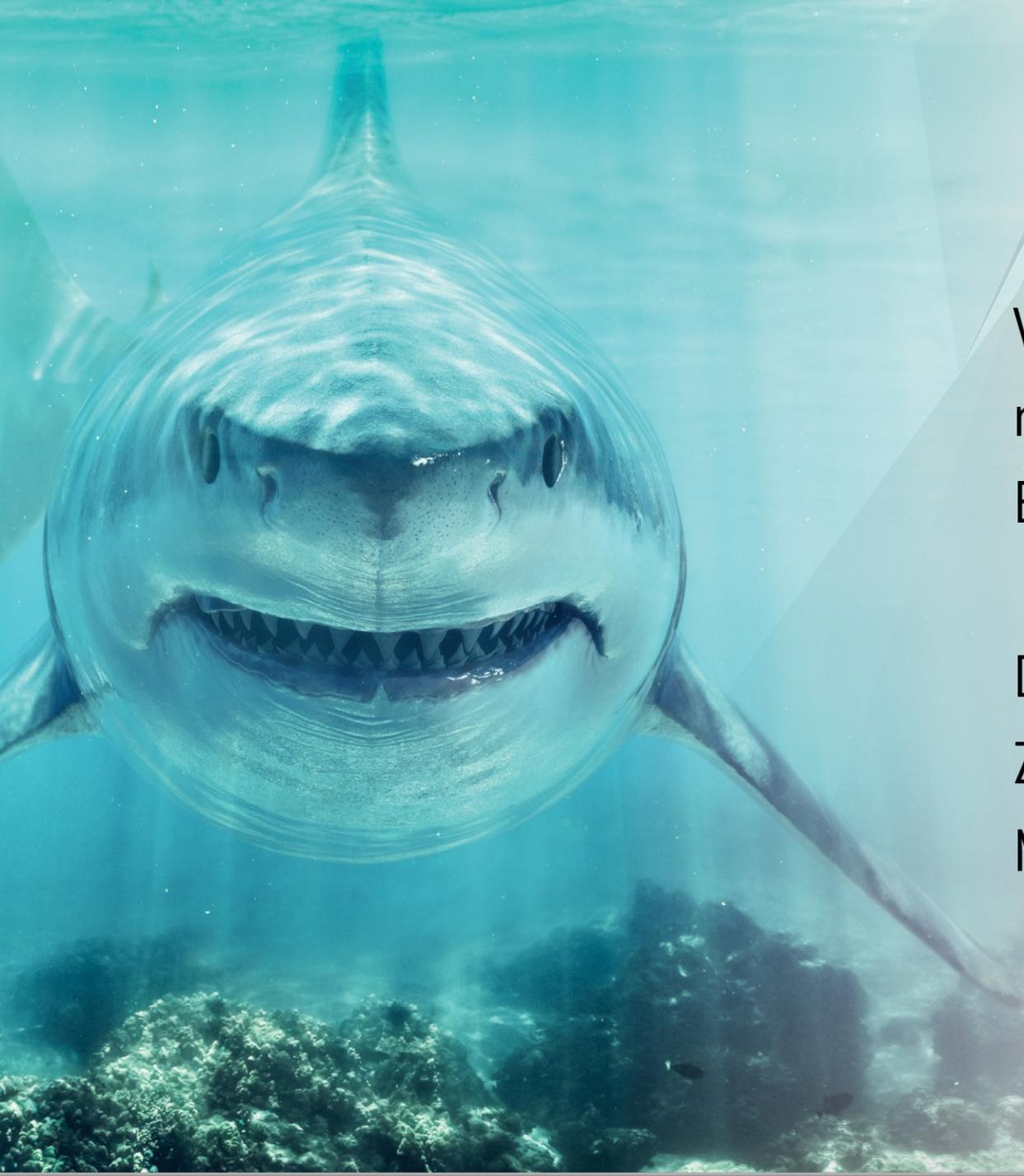
SMALL BUT

MIGHTY

Man ist nie zu
klein, um etwas
zu **bewegen!**

**EINE MARKE ALS GANZES IST MEHR ALS DIE
SUMME IHRER EINZELNEN ELEMENTE.**





Vor nichts haben Menschen
mehr Angst, als falsche
Entscheidungen zu treffen.

Deshalb setzen sie im
Zweifelsfall immer auf
Marken.



Eine Marke schafft
unauflösliche Verbindungen.

Kunden fühlen sich Marken, die sie
emotional ansprechen, ungemein
verbunden.



Eine Marke erhöht den
Wiedererkennungswert.

Sie ist einprägsam, bietet einen
emotionalen Mehrwert und sticht aus
der Masse hervor.



Eine Marke erhöht
die Rentabilität.

Eine gut auf dem Markt positionier-
te Marke mit einer klaren und wirksa-
men Kernaussage bietet Mehrwerte
und verkauft sich dadurch besser.

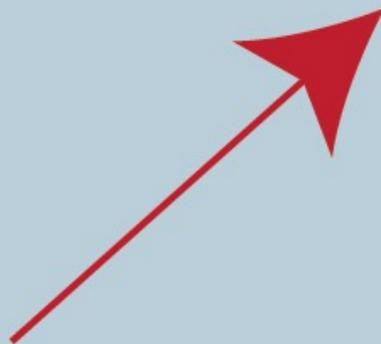


Eine Marke verbindet.
Außen wie innen.

Gerade in Zeiten des Wandels ist
Markenstrategie ein wichtiges
Führungsinstrument, das wertvolle
Mitarbeiter an das Unternehmen
bindet.

ERFOLGSREZEPT POSITIONIERUNG

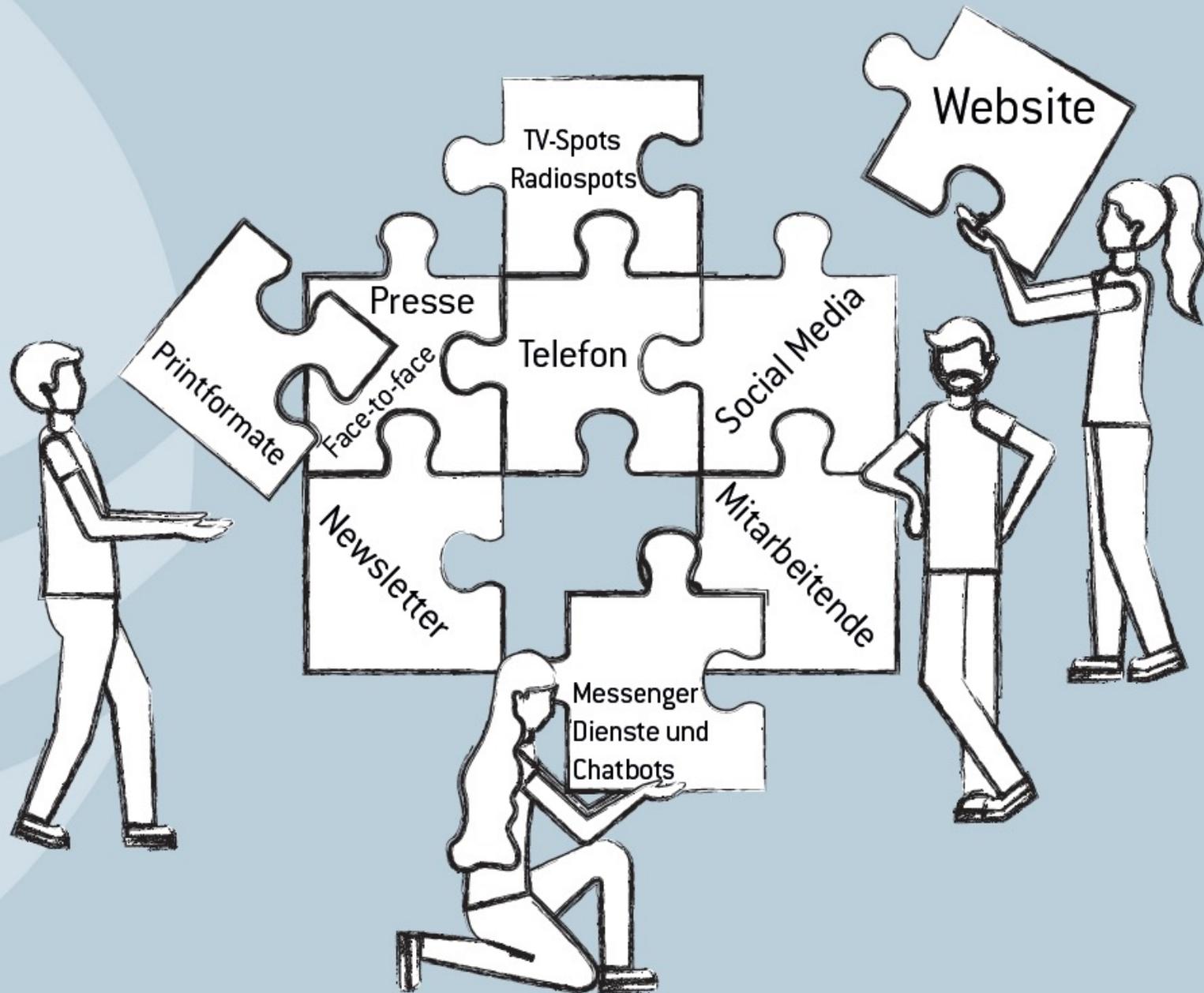
KÖNNEN



KUND*INNEN-

NUTZEN







DIANA
CONSULTING

the spirit of tourism

Diana Consulting GmbH

Die Unternehmensberatung für Hotels

Diana Monnerjahn: +43 664 180 4613, dm@diana-consulting.com

Götz Monnerjahn: +43 664 434 8840, gm@diana-consulting.com