

Sonnhof European Ayurveda®: Vorreiter von Ayurveda in Österreich



Familie Mauracher vom Sonnhof European Ayurveda®

Credit: Sonnhof

Fotograf: Sonnhof European Ayurveda®

Utl.: Mit dem HOTEL BRAND MONITOR wurde der monetäre Wert des Sonnhof European Ayurveda® bestimmt =

Wien (OTS) - Hotelmarken sind ein zentrales Element der heimischen Tourismusbranche. Angesichts einer stetig zunehmenden Wettbewerbsintensität auf vielen touristischen Märkten und dem daraus resultierenden Bedarf an Orientierung, Identifikation und Differenzierung gewinnen Marken zunehmend an Bedeutung. Inmitten der Fülle an Informationen erzeugen starke Marken eine höhere Aufmerksamkeit.

Hotelmarken beeinflussen die Urlaubsentscheidungen und steigern den Wert von Hotels. Insbesondere im Bereich der „Medical Hospitality“ müssen Marken über ein klares Profil verfügen und für eine klare Abgrenzung sorgen. "Die Prodingler Beratungsgruppe hat mit dem Hotel Brand Monitor ein beispielgebendes Verfahren zur monetären Bewertung von Marken entwickelt", erklärt Thomas Reiszahn, Geschäftsführer der Prodingler Gruppe.

In der jüngsten Bewertung wurde der Sonnhof European Ayurveda® bewertet. Diese löst als Marke andere Assoziationen aus als ein regulärer Hotelbetrieb.

Der Sonnhof European Ayurveda® in Hinterthiersee hat sich mit seinen 31 Zimmer auf das Thema Ayurveda spezialisiert. Familie Mauracher hat die indische Heilkunst Ayurveda nach dem Motto „Tirol meets India“ nach Tirol gebracht und an westliche Lebensgewohnheiten und Bedürfnisse angepasst und nun einzigartig weiterentwickelt. European Ayurveda® basiert auf einem drei Säulen Prinzip mit Diagnose

& Behandlung, Ayurvedische Ernährung und Yoga & Mind-Detox & Meditation.

Mit fundiertem Fachwissen, Spezialisten aus Indien, einem erfahrenem Arzt und dem Sonnhof Expertenteam wird das ganzheitliche Konzept des Ayurveda in die Lebensweise integriert. Das Ergebnis ist eine einzigartige Symbiose aus ayurvedischer Lebenslehre und europäischer Kultur.

Der Sonnhof hat sich durch das European Ayurveda® ein internationales Stammespublikum aufgebaut. Der Gast ist bereit für seine Gesundheit und Ayurveda tief in die Tasche zu greifen, da die Zielgruppe des Sonnhof European Ayurveda® beim Wertvollsten, dem eigenen Körper, nicht spart. Durch die Innovationskraft ist die Marke „Sonnhof European Ayurveda®“ auf der Attraktivitätsachse nach oben geklettert und konnte ihre Profitabilität stark erhöhen. Das Ayurveda Resort hat es geschafft, ein Hot Spot für Ayurveda in Österreich zu sein und sich eine eigene Ayurveda Fangemeinde aufzubauen.

Der Sonnhof European Ayurveda® erreichte durch seine frühzeitige Positionierung im Ayurveda Segment und klaren Differenzierung zu anderen Angeboten in der Region eine sehr starke Marke. Durch das vorhandene Angebot agiert das Hotel so gut wie unabhängig von der Destination. Vor allem im österreichischen und bayrischen Raum ist der Sonnhof European Ayurveda® klarer Marktführer im Angebot von Ayurveda.

Hinter dem Konzept European Ayurveda® steht ein familiengeführtes Familienunternehmen mit Familie Mauracher, die die Leidenschaft zu Ayurveda lebt und selbst im Unternehmen mitarbeitet. Das Team besteht aus hoch qualifizierten Mitarbeitern, die dem Qualitätsanspruch des Hotels folge leisten und den Markenanspruch des European Ayurveda® an den Gast weitertransportieren.

Der Hotel Brand Monitor basiert auf unterschiedlichen Faktoren. Einerseits wird mit der Leistungs- und Kennzahlenbewertung die wirtschaftliche Grundlage mit Kennzahlen wie Gesamtkapitalrentabilität, Cash-Flow-Leistungsrate und finanzwirtschaftlicher Ausrichtung analysiert, andererseits werden die qualitativen Kennzahlen mit Gästebewertungen und Social Media in Relation gesetzt.

Zwtl.: Zusammenfassend lassen sich folgende Aussagen aus der

Bewertung ableiten:

~

- * Die Marke ist sehr profitabel und liegt bei den Benchmarks über dem Branchenschnitt
- * Die Marke Sonnhof European Ayurveda® hat eine klare Vision für die Zukunft
- * In der Öffentlichkeit wirkt die Marke sehr glaubwürdig
- * Die Marke verkörpert einen hohen monetären Markenwert
- * Die Marke ist sehr stark und hat ein klares Profil und eine klare Abgrenzung
- * Die Marke hat eine hohe Reputation

~

~

Rückfragehinweis:

Thomas Reisen Zahn
Prodinger Tourismusberatung
Telefon: +43 1 890 730 9
t.reisen Zahn@prodinger.at | www.prodinger.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/8390/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0007 2018-06-21/08:00

210800 Jun 18

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180621_OTS0007