

**Film. Hotels.** Hoteliers, deren Haus als Drehort für den Swiss Hotel Film Award gewählt worden ist, erhalten damit ein neues Marketinginstrument in die Hand. Silvia Affolter hat sich auf Hotel-Filme spezialisiert.



Imax-Film «The Alps»: Hier rücken die Kameraleute des Filmteams das Matterhorn in die richtige Perspektive.

Swiss-Image

Tina Turner. Der Versuch, sie auch nach dem Film wieder ins Hotel zu bringen, sei leider gescheitert. Einiges an PR habe der Film «Rollin' 1985» trotzdem gebracht. «Der Film war in aller Munde, viele haben ihn gesehen und einige haben mich darauf angesprochen.» Der Aufwand, die Filmcrew im Hotel zu beherbergen, sei gross gewesen, bilanziert Krebs. «Ich weiss nicht, ob ich das nochmals machen würde.» Mehrere Hotels haben ihren Kurzfilm auf ihrer Homepage auf-

**«Im Ausland zeigen wir den Kurzfilm auf einem iPad und stellen so unser Hotel vor.»**

Patric Vogel  
Leiter Marketing Hotel Montana

geschaltet. Zum Beispiel Hoteldirektor Jacques Bettex. In seinem Eurotel Riviera in Montreux war der mit dem 2. Preis ausgezeichnete Kurzfilm Hotel Art gedreht worden. «Der Film war praktisch ein Jahr lang auf unserer Internetseite aufgeschaltet. Heute haben wir noch einen Link zum Swiss Hotel Film Award.» Auch Roger Neuenschwander, Direktor des Sorrell Hotels Zürichberg in Zürich publizierte den Kurzfilm Wuschli auf der Homepage des Hotels. «Das hat uns auf jeden Fall Internet-PR gebracht. Und der Kurzfilm trägt zur Attraktivität unseres Hauses bei.»

**Die zweite Staffel, der Swiss Hotel Film Award 2011, ist lanciert**

Gestern ist der Swiss Hotel Film Award 2011 lanciert worden. Wiederum haben Hoteliers die Möglichkeit, sich mit ihrem Haus bis zum 31. März 2011 als Drehort für einen der 20 nominierten Kurzfilme zu bewerben. Eingeladen sind alle Mitgliedshotels von hotellerieuisse, egal welcher Kategorie sie angehören. Gedreht werden die Filme im Hotel während zwei Tagen. Der Hotelier kann nachhaltig vom PR-Effekt dieser Dreharbeiten profitieren, vorausgesetzt, er macht sich dazu rechtzeitig Gedanken.

## Attraktiv: Drehort Hotel

**Die zweite Staffel des Swiss Hotel Film Award ist gestern lanciert worden. Mehrere Hoteliers haben den PR-Effekt der ersten Serie für ihr Haus genutzt.**

CHRISTINE KÜNZLER

Reto Kocher, General Manager vom Basler Luxushotel «Les Trois Rois», nutzt die Dreharbeiten der ersten Staffel des Swiss Hotel Film Award im 2009 als PR in eigener Sache: «Wir haben aus dem Kurzfilm «Chindersach» eine DVD gebrannt, die wir allen Kindern, die bei uns übernachten, abgeben.» Auch um den kleinen Gästen die Berufe in der Hotellerie schmackhaft zu machen, erklärt Kocher. Zudem sei der Film, der 2009 den 1. Preis gewonnen hatte, auf der Internetseite des Hotels publiziert worden. «Der Film trägt zur guten Reputation unseres Hauses bei.»

«Der Film Award hat in der Branche Beachtung gefunden und die lokale Presse hat darüber berichtet», hält Patrik Scherrer, Generaldirektor des Hotels Allegro Kursaal Bern fest. Für die Mitarbeitenden in seinem Hotel sei es spannend gewesen, die Dreharbeiten mitzuerleben, sagt er. «Alles in allem war es eine gute Erfahrung». Der Kurzfilm Night Within, der im «Allegro» gedreht worden ist, hat den 3. Preis gewonnen. «Das haben wir auf unseren Kanälen kommuniziert.»

Viel gemacht aus dem Film «Die Gouvernante» hat das ArtDeco Hotel Montana in Luzern. «Der Film ist so produziert, dass wir ihn gleich als

Marketinginstrument nutzen können», hält Patric Vogel, Leiter Marketing & Sales, PR, fest. Während der ersten 10 Monate wurde jeder Gast, der die Montana-Homepage aufrief, automatisch mit dem Film konfrontiert. Auch heute ist er noch aufgeschaltet, jedoch weniger prominent. «Und wir zeigten den Film als Premiere im Hotel und luden die lokalen Medien dazu ein.» Letztes Jahr, im Jubiläumsjahr des «Montana», erschien der Kurzfilm mehrere Male im lokalen TV und diente als Werbefilm für das Hotel. «Wenn wir auf Sales-Reise im Ausland sind, zeigen wir «Die Gouvernante» auf einem iPad und stellen so unser

Hotel vor.» Zwischen dem Produzenten Tobias Straka und dem Hoteldirektor Fritz Erni habe sich eine richtige Liaison entwickelt. «Inzwischen hat Tobias Straka drei weitere Filme für unser Hotel gedreht», so Vogel. «Und für dieses Jahr haben wir weitere grosse Filmprojekte angedacht.» Spruchreif seien die jedoch noch nicht.

**Einige Hoteliers haben den Film auf der Homepage aufgeschaltet**

Hans Krebs, Besitzer des Grand Regina Alpin Well & Fit Hotel in Grindelwald, beherbergte während des Filmwettbewerbs von hotellerieuisse einen bekannten Gast:

## «Der Hotel-Film zeigt eine neue Dimension»

Seit 2000 stellt Silvia Affolter, CEO der TV Produktions-Firma YourStory AG mit dem Produkt www.CityGuideTV.ch, Hotelvideos und Destinationsfilme her. Die Produkte sind gefragt.

SIMONE LEITNER

Silvia Affolter, haben Schweizer Hoteliers den Film als Kommunikationsmittel erkannt? Ja, absolut. Gute Häuser verkaufen sich nicht nur über Dienstleistungen, sondern eben auch über Emotionen. Bei Fotos weiss der Kunde nie so genau, wie stark sie retouchiert wurden. Ein Film zeigt eine zusätzliche Dimension. Zudem kann

ein Film auch ohne Worte – nur mit Musik – auskommen. Somit wird er weltweit zum Sales- und Marketingtool. Das Hotel Dolder Grand in Zürich hat bei uns einen Film produzieren lassen und diesen bereits 4000 Mal als DVD nachbestellt. Unsere Partner veröffentlichen die Filme auch auf der Homepage. Neu wird nach iPad- oder iPhone-Lösungen gefragt. Wegweisend war sicherlich auch der von hotellerieuisse lancierte Swiss Hotel Film Award.

**Wie akquirieren Sie?** CityGuideTV.ch ist seit zehn Jahren

**Silvia Affolter dreht Filme.**



ZVG

auf dem Markt. Wir verfügen mittlerweile auch über genügend Filmbeispiele, mit denen wir den Kunden überzeugen können. Das ist wichtig, denn in den letzten Jahren hat sich bei den Filmproduktionen einiges entwickelt. Heute erlauben einfache Kameras und Schnittsysteme praktisch jeder Person, schnell ein Video ins Netz zu stellen. Dies ermöglicht

kurzfristig valable und amüsante Lösungen sein, aber sicherlich sind das keine Verkaufsargumente. Unser Know-how liegt in einer gediegenen Bild- und Textsprache, einer professionellen Beratung und der Passion, dem Kunden einen echten Mehrwert zu bieten.

**Ist der Preis für die Filmproduktion bei den Verhandlungen immer ein Thema?**

Qualität hat ihren Preis. Am einfachsten ist es, wenn ein Kunde bereits eine klare Budgetvorgabe hat. Filme drehen ist neu,

bisher haben Hotels nur die Kosten für Fotos und Prospekte budgetiert. Oft wird der Kunde von uns im Vorfeld auch beraten, und wir erstellen ihm ein Konzept. Denn Fragen, ob ein Film als In-house-Channel zur Verkaufsförderung der Outlets, zur Gewinnung neuer Gäste oder für

die Präsentation des Hotels an Messen gebraucht wird, müssen geklärt werden.

**Können Ihre Filme auch auf der Website der Hotels verwendet werden? Und wird das gemacht?**

Die Präsentation des Hotels an Messen gebraucht wird, müssen geklärt werden.

Dies wird von den meisten Kunden gewünscht und auch gemacht. Wir publizieren die Filme zudem auf www.myswitzerland.com. Hier erzeugen die Filme Tausende von Clicks.

**Filmt Ihr Team alle Sequenzen selber?**

Die meisten Kurzfilme produzieren wir selber. Bei vielen Dreharbeiten bin ich persönlich dabei. Vermehrt werden auch Flugaufnahmen, komplizierte aber effektvolle Shootings mit Kran oder auf Schienen gewünscht. Da ziehen wir Spezialisten hinzu.

**Machen Sie auch Filme nach Mass?**

Da halten wir es wie die Hoteliers: Der Kunde ist König.