

HOTELARZ

OD 1962 ROKU

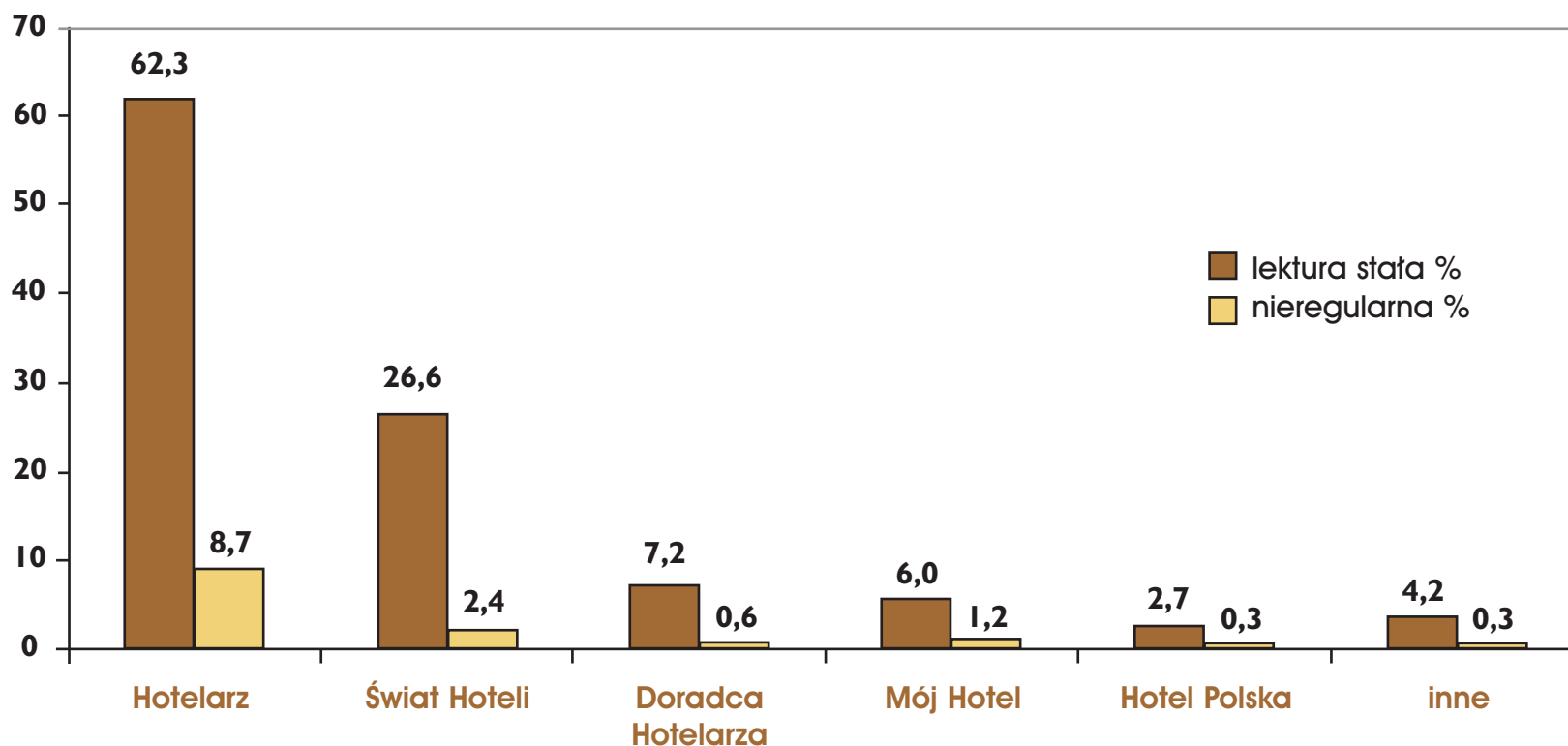
45 lat

Niezmiernie miło nam poinformować Państwa,
że Hotelarz – miesięcznik business to business, skierowany
do branży hotelarskiej
świętuje w tym roku swoje 45 urodziny.
Wprawdzie tradycja zobowiązuje,
cóż by jednak znaczyła, gdyby z sięgających niemal
półwiecza doświadczeń, nie wynikały aktualne, nowoczesne
i pożyteczne dla czytających treści. Wprawdzie ślubu
z Czytelnikami się nie bierze ale – zdaje się – można
zastąpić na ich wierność. I nam się to udało.



Dlaczego tak sądzimy?

CZYTELNICTWO PRASY HOTELARSKIEJ



Źródło: Pracownia Badań Rynku Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego
[wyniki sondażu w 334 obiektach hotelarskich - lipiec 2005r]

Według Pracowni Badań Rynku Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego „Hotelarz” jest najbardziej znanym i najchętniej czytany czasopismem branży hotelarskiej.

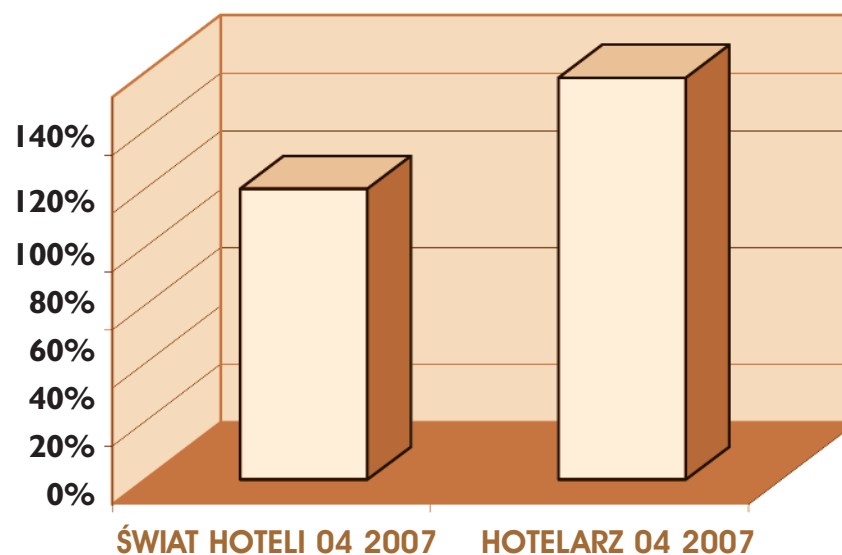
Według najnowszych danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy



miesięcznik „Hotelarz” uplasował się na pierwszym miejscu pod względem sprzedaży wśród pism branży hotelarskiej. Nasza przewaga, w rozpowszechnianiu płatnym, nad drugim w rankingu „Światem Hoteli” wynosi obecnie aż 38%.

ROZPOWSZECHNIANIE PŁATNE – DANE ZKDP

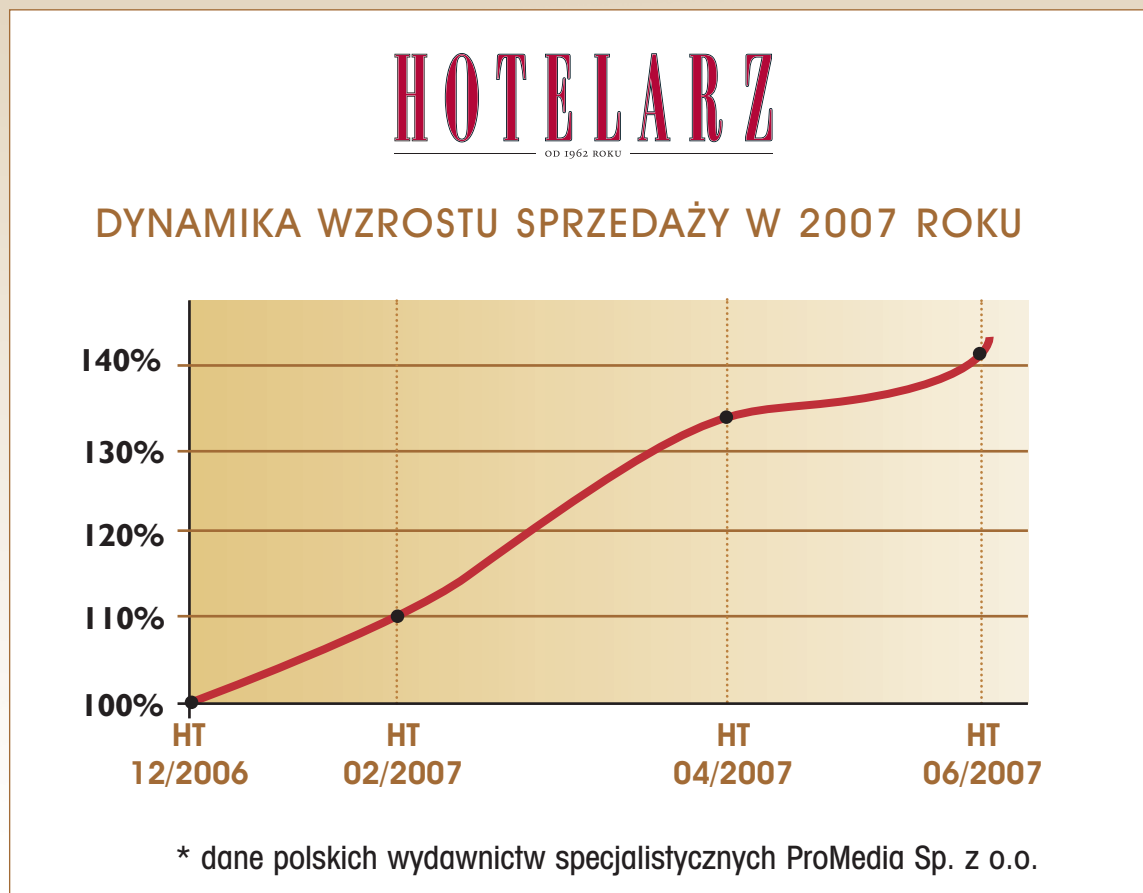
kwiecień 2007



* dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy

Każdego miesiąca

docieramy do ponad 4500 odbiorców z branży hotelarskiej, co oznacza, że Państwa przekaz reklamowy może bardzo precyzyjnie dotrzeć **do ponad 1/3 całego segmentu hotelarskiego w Polsce.** „Hotelarz” to najlepsza możliwość dotarcia do Państwa przyszłych Klientów.



Rynek hotelarsko-gastronomiczny dostrzega pozytywne zmiany zachodzące w naszym piśmie. Świadczy o tym 40% wzrost sprzedaży w pierwszym półroczu 2007 w porównaniu z rokiem 2006.

Tak dobre wyniki sprzedażowe,...



... szczególnie w porównaniu z tytułami zajmującymi się podobnym spektrum tematycznym, oraz doskonałe uplasowanie tytułu skłoniły wydawnictwo PWS ProMedia do podniesienia cen reklam w „Hotelarzu”. Nowy cennik, który został opublikowany w lipcu tego roku, zacznie obowiązywać od stycznia 2008.

W styczniu tego roku „Hotelarz” wzbogacił i zmienił swoją szatę graficzną na bardziej atrakcyjną i przejrzystą.

Od początku roku wprowadził również cykliczne dodatki tematyczne.

Pierwszymi, już wydanymi lub mającymi ukazać się

w najbliższej przyszłości są Raport Rynku Hotelarskiego Inwestycje 2007,

Raport Usługi SPA&Wellness w Polsce 2007,

czy Raport Kategoryzacja

Obiektów Noclegowych 2007.

Ciesz się, że zawarta w „Hotelarzu” tematyka nie przechodzi bez echa, że uzyskaliśmy – co nie zdarza się często – interaktywny kontakt z Czytelnikami.



Interaktywność tę osiągnęliśmy

także dzięki nowoczesnemu portalowi www.e-hotelarz.pl, który zbudowaliśmy na podstawie sugestii Czytelników. To na ich życzenie wprowadziliśmy elektroniczną wersję naszego miesięcznika. Oprócz tematyki prezentowanej w „papierowym” wydaniu magazynu,

The screenshot displays the e-hotelarz.pl website interface. The main content area features an article titled "Zreszony nawet nie co trzeci hotel" (Even a third of hotels are left over), which discusses the challenges of the hotel industry. Below the article is a pie chart titled "Czy Państwo lub obiekt, w którym Państwo pracują, należy do jednej z hotelarskich organizacji branżowych?" (Do you or the object you work for belong to one of the hotel industry organizations?). The chart shows the following data:

Organizacja	Procent
Nie	70,3
PZH	8,1
PH	8,1
IGHP	8,1
Gremium	5,4

The sidebar on the right contains a search bar, a list of categories (Partnerzy Hotelarza, Nowości na rynku, Hotel w anegocie), and a section titled "TYLKO DLA NAS" (Only for us) with a list of articles. The bottom of the page features a navigation bar with links to "Aktualny numer" and "Zapraszamy do Instytutu Gościnności Hotelarza".

www.e-hotelarz.pl

Czytelnicy mają dzięki niemu dostęp do codziennego serwisu wiadomości branżowych z kraju i ze świata opartego na informacjach własnych oraz doniesieniach prasy i agencji informacyjnych. Każdego miesiąca nasz portal odwiedzany jest ponad 10 000 użytkowników.

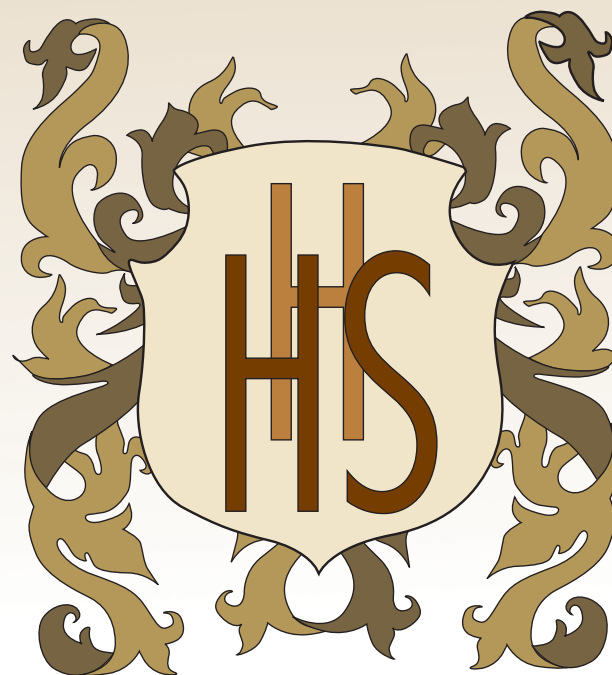
Chociaż „Hotelarz” to przede wszystkim magazyn, jednak nie tylko.

To także:

- Instytut gościnności Hotelarza, który zajmuje się świadczeniem usług consultingowo-analitycznych.
- Gildia Hotelarska – powstałe z inicjatywy Hotelarza stowarzyszenie, którego celem działania jest promocja kategoryzacji obiektów noclegowych



INSTYTUT GOŚCINNOŚCI HOTELARZA



HOSPES HOSPITY SACER

A również:

- Akademia Hotelarza



AKADEMIA
HOTELARZA



To także szereg imprez, których „Hotelarz” jest organizatorem, współorganizatorem lub patronem. W tym roku najważniejszym z takich wydarzeń była I Międzynarodowa Konferencja „Gościnność XXI wieku” zorganizowana pod hasłem: Jakość obsługi klienta kluczem do sukcesu hotelarstwa. I chociaż po organizowanych w latach 2004 i 2005 przez „Hotelarza” konferencjach dotyczących inwestycji na rynku hotelarskim była to już trzecia impreza tej rangi, to jednak ze względu na wyjątkowych gości ze Stanów Zjednoczonych, pierwsza tak udana zarówno ze względu na poruszaną tematykę, jak i liczbę uczestników.

Poza działaniami wspierającymi rozwój zawodowy...

... i podnoszenie jakości usług „Hotelarz” wspomaga środowisko hotelarskie akcjami zmierzającymi do zmiany, złagodzenia lub uproszczenia przepisów, które na co dzień krępują prowadzenie interesów na rynku usług noclegowych. „Hotelarz” skierował do Parlamentu petycję podpisaną przez półtora tysiąca hotelarzy postulującą zmianę sposobu naliczania i pobierania opłat z tytułu praw autorskich oraz zasad płacenia przez obiekty noclegowe abonamentu RTV.



Chcąc być bliżej Czytelników i Reklamodawców oraz ich problemów „Hotelarz” aktywnie uczestniczy w imprezach branżowych. Należą do nich nie tylko targi, takie jak Euro Gastro, Gastro-Invest-Hotel, czy Tragi Wyposażenia, Usług i Obiektów SPA&Wellness ale również konferencje, sesje i spotkania organizacji hotelarskich. Przedstawiciele magazynu uczestniczą również w życiu towarzyskim branży i chętnie włączają się do sportowej rywalizacji środowiska, czego przykładem może być udział w regatach żeglarskich sieci Polish Prestige Hotels&Resorts i zdobycie w nich Pucharu IV Władzy.



Nie są to jedyne inicjatywy „Hotelarza”. Więcej o nich, o branży, o jej problemach i sukcesach, o nowych inwestycjach, trendach, nowościach rynkowych można przeczytać w każdym kolejnym numerze „Hotelarza”.

Zapraszamy do współpracy

HOTELARZ
OD 1962 ROKU

Polskie Wydawnictwa Specjalistyczne ProMedia Sp. z o.o.
ul. Okrzei 1A, 03-715 warszawa

Biuro Reklamy: Małgorzata Grenda, m.grenda@pws-promedia.pl
tel. (022) 333 88 02, fax. (022) 333 88 99, Mobile: 0 502 736 143

„Hotelarz” od roku 2004 wydawany jest przez spółkę Polskie Wydawnictwa Specjalistyczne ProMedia z siedzibą w Warszawie.
W portfolio wydawnictwa znajdują tytuły również będące liderami w swych segmentach.
Są to: „Rynek Turystyczny”, „Polski Jubiler”, „Antyki” i „Modern Art.”.

HOTELARZ
OD 1962 ROKU

POLSKI JUBILER

**RYNEK
TURYSTYCZNY**
PISMO BIZNESU TURYSTYCZNEGO

modern art

ANTYKI