

Mehr Direktbuchungen!

Das Buchungsportal HRS wird per Gerichtsbeschluss in die Schranken gewiesen, der einflussreiche Hamburger Hotelier Eugen Block verzichtet offensiv auf Buchungsportale - anlässlich aktueller Diskussionen stellen sich Hoteliers immer wieder die Frage: Geht es auch ohne?

→ Fragt man die Anbieter von Hotelsoftware, Handy-Apps oder Social Media Tools, ist ihre Antwort meist ein entschiedenes „Ja“, denn sie wollen für ihre Kunden zwar das Direktgeschäft über die Website oder mobile Endgeräte forcieren, aber auch die Portale für die Neukundengewinnung nicht außen vor lassen.

Integration in die Website

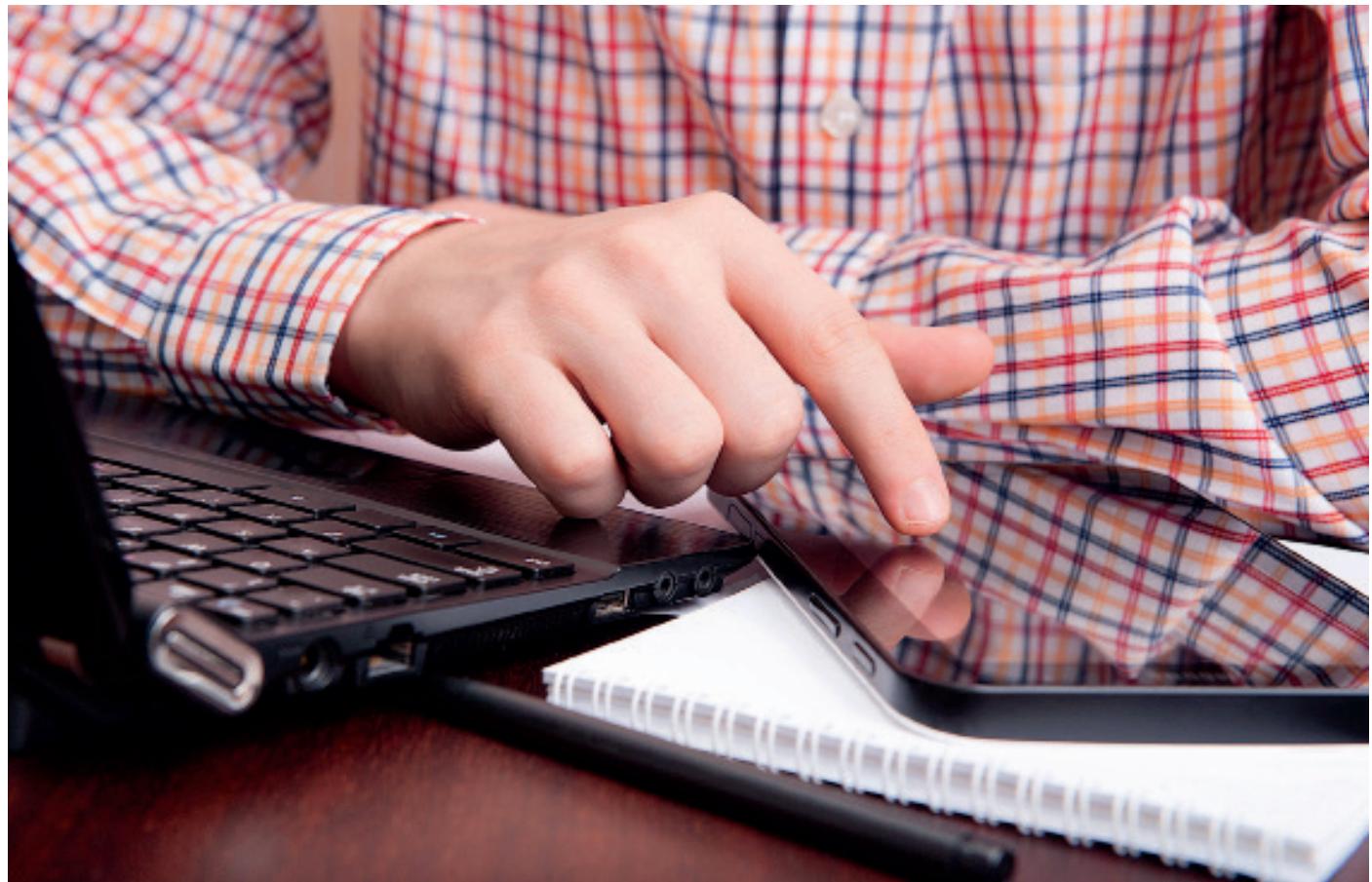
Dieser Meinung ist auch die **42 GmbH**, die für ihre Kunden das Ziel verfolgt, den Anteil eigener beziehungsweise provisionsfreier Kanäle weiter auf- und auszubauen. Die Portale sieht das Unternehmen aus Hannover-Langenhagen als Ergänzung, da sie eine hohe Reichweite bringen und dadurch dem Hotel zusätzlich neue Kunden erschließen. Zu den Frühjahrsmessen

hat das Unternehmen jede Menge Neues im Gepäck, um die Direktbuchung zu begünstigen. 42 GmbH-Vertriebsleiter René Isensee: „Tools, mit denen Hotelzimmer a) über Portale im Internet buchbar sind und b) über die eigene Webseite, sind inzwischen Standard. Optimal für Buchungen über die eigene Internetseite ist die neue Version der Web Booking Engine (WBE 4.0) unseres Partners protel. Sie kann nahtlos in einen bestehenden Internetauftritt integriert werden. Informationen über Verfügbarkeiten und Preise bezieht die Web Booking Engine aktuell über die im Haus genutzte protel Hotelmanagement-Software. Der Vorteil: Das Hotel spart Kommissionskosten, die bei Portalen anfallen, die Gäste haben direkten Zugriff auf die Reservierung.“ Mit dem protel „Channel Manager“, einer

Schnittstelle zwischen Hotelsoftware und Buchungsportalen, entfällt das Einpflegen und Aktualisieren von Angeboten komplett, auch auf den angeschlossenen Portalen. Kontingente werden automatisch mit dem Channel Manager aktualisiert.

Die Web Booking Engine ist in ihrer Oberfläche frei konfigurierbar und kann so der Corporate Identity des Kunden angepasst werden. Der neue Onlineshop-Charakter des Moduls macht die Buchung für Kunden leicht. Man kann „nur“ ein Zimmer oder auch ein Arrangement und individuelle Extras buchen, so dass Zusatzverkäufe forciert werden. Auch Gutscheine sind über das neue Modul erhältlich.

Das Golf- und Wellnesshotel Zur Amtsheide im niedersächsischen Bad Bevensen nutzt seit 2011





**Sarah Held vom
Golf- und Wellness-
hotel Zur Amtsheide**



**René Isensee, Ver-
triebsleiter der 42
GmbH**



**Axel Backwinkel,
Marketingmann bei
Citadel**



**Ulrike Mattis,
Account Manager für
Hotel.Profi**

die protel Web Booking Engine (WBE). Für die Marketingverantwortliche Sarah Held hat sich der neue Service binnen sechs Monaten bezahlt gemacht: „Besucher unserer Webpage buchen häufiger ganze Packages anstatt eines Zimmers mit Frühstück. Unser Hotel spart zudem Provision für externe Dienste.“ Zurzeit denkt sie über eine Verknüpfung mit Facebook nach: „Die Welt der Web 2.0-Anwendungen sind ideale Absatzkanäle. Wir könnten dort die Kommunikation mit unseren Gästen intensivieren“.

Individuelle Angebote forcieren

Auch Axel Backwinkel vom Hotelsoftware-Anbieter **Citadel** im münsterländischen Warendorf sieht die Notwendigkeit kreativer Buchungsmöglichkeiten für Hoteliers: „Die ehemals ja als Wettbewerbsabgrenzung der Portale untereinander entstandene Preisangleichung hat sich inzwischen zu einer echten Preisreglementierung im Beherbergungsmarktes entwickelt und ist zu Recht auch von den Kartellbehörden beanstandet worden. Die Branche hat erkannt, dass neue Wege, neue Lösungen und neue Angebote notwendig sind, wenn man dem Vertrags- und Gebührenwahnsinn entgegen treten und den Nutzern dieser Portale eine attraktive und verlässliche Buchungsalternative anbieten will.“ Mit verschiedenen neuen Modulen lässt sich die Citadel-Hotelsoftware um individuelle Anforderungen und Wünsche erweitern. Citadel Booking eröffnet dem Hotel Entwicklungsperspektiven für mehr Direktbuchungen. Über mobile Internetverbindung können Gäste jederzeit und von überall Zimmer direkt reservieren, inklusive Verfügbarkeitskontrolle und unter Berücksichtigung eventuell vorhandener Firmenvereinbarungen oder Sonderkonditionen. Diese Buchungsoption wird auch über die hoteleigene Website angeboten.

Mehr Cross-Selling

Für Ulrike Mattis, Account Manager für **Hotel. Profi** mit Sitz in Wolgast, dem Tor zur Insel Usedom, ist es nicht entscheidend, ob der Hotelier nur für den Direktvertrieb über die eigene Homepage mit der Buchungsmaske HPbooking

entscheidet oder ob er einen Mix aus Onlineportalen und Direktvertrieb nutzt. Wichtiger für sie sind automatisierte Prozesse rund um den Onlinevertrieb für eine einfache und wirtschaftliche Handhabung: „Mit unserer Buchungsmaske HPbooking werden die Angebote für die Homepage direkt aus der Hotelsoftware Hotel.Profi heraus erstellt und online buchbar gemacht. Dadurch wird ein hoher Automatisierungsgrad ohne Pflege eines Webinterfaces erreicht. Der Hotelier entscheidet selbst, welche Zusatzleistungen er auf der Homepage per Mausklick verfügbar macht, was Zusatumsatz durch Cross-Selling bedeutet – und zwar ganz ohne Provisionen.“

Zu den Neuerungen der Software gehört zum Beispiel ein Direkteinstieg vom Angebot auf die Buchungsmaske. Gefällt dem Gast ein Wellnessarrangement, kann er direkt von der Information in die Buchung einsteigen. Man kann den Online-Bucher mit einem Gutschein für ein Glas Sekt oder einem Aktionscode für die nächste Buchung belohnen. Ebenso existiert eine Facebook-Anbindung, so dass der Gast direkt über dieses Portal buchen kann, wobei auch hier Gutscheine und Aktionscodes hinterlegbar sind. Für mobile Endgeräte gibt es eine angepasste Buchungsmaske. Außerdem neu: die Erfassung zusätzlicher Gastnamen, die dann als „Angehörige“ in der Gästedei zur Verfügung stehen.



Mit Hotel.Profi lassen sich Hotelzimmer sogar direkt über Facebook buchen. Gutscheine und Aktionscodes sind hinterlegbar.

Web plus Online-Marketing

Mit einer zeitgemäßen, auch für mobile Endgeräte optimierten Internetseite, leistungsstarker Buchungstechnologie und ausgereiftem Online-Marketing lassen sich laut **Hotelwebservice**, Essen, die Umsätze über die Website effektiv steigern – im letzten Jahr betrug das Umsatzplus von HWS-Kunden mit neuer Website durchschnittlich 18,4 Prozent. Dabei ergänzen sich Direktvertrieb und Vermittlungsgeschäft produktiv. Auf der eigenen Homepage sollten Hotels immer noch ein bisschen mehr bieten. Ob kostenfreier Parkplatz, Obstkorb oder Frühstück: Das direkt zu buchende Angebot sollte immer das Beste sein – und der Weg zur Buchung so einfach wie möglich. Ziel ist immer, höherwertige Pakete und Zusatzleistungen zu verkaufen.

Zielgruppenspezifische Ansprache

Björn Ahrndt, Geschäftsführer von **Hotline Hotelsoftware**, Sonthofen, beschreibt ein interessantes Phänomen zum Buchungsverhalten: „Die wenigsten mittelständischen Hoteliers können mit einem großen Marketingbudget aufwarten, um sich in den einschlägigen Suchmaschinen ‚top‘ platzieren zu lassen. Daher spielen die Buchungsportale eine entscheidende Rolle. Allerdings wurde durch die Conrell-University eine Studie veröffentlicht, in welcher der ‚Billboard-Effekt‘ erläutert wurde. Demnach stiegen Buchungen auf der hoteleigenen Webseite an, sobald das Hotel in einem großen Portal gelistet war. Übersetzt heißt dies, dass das Suchverhalten von potenziellen Gästen zwar in den Portalen beginnt, dann aber durchaus das Hotel selbst gegoogelt wird, um detaillierte Informationen zu erhalten. Ist auf der Hotelwebseite eine Möglichkeit zur Onlinebuchung gegeben und differiert der Preis nicht deutlich von dem des Buchungsportals, so wird der Gast die Buchung dort auslösen.“

Bei der Buchungsmöglichkeit über die eigene Homepage sieht Hotline Hotelsoftware aktuelle Freimeldedaten als entscheidendes Kriterium an, um Echtzeitbuchungen zu gewährleisten. Hier setzt das Prinzip von *hotline connect24* an. Die Schnittstellenplattform übermittelt →

Ausstattung & Technik Buchen über Website & Co.



Hotelwebservice rät: Auf der eigenen Homepage sollten Hotels immer ein bisschen mehr bieten, etwa Parkplatz, Obstkorb, Frühstück

automatisiert Daten an verschiedene Buchungsportale, Channelmanagement- oder auch an Destinationssysteme. Neben der reinen Freimeldung verfügen auch zahlreiche Schnittstellen über eine sogenannte bidirektionale Funktionalität. Diese gewährleistet, dass Reservierungen vom Portal abgeholt und in die Hotelsoftware übertragen werden.

hotline booking ist eine provisionsfreie Buchungsfunktion für die Hotel-Homepage. Per Iframe kann das Buchungsmodul auf der Hotelwebsite oder per Iframe Wrapper auch auf der Facebookseite des Hauses integriert werden, welches dem Kunden Saisonzeiten, Staffelpreise, Kinderraten, Standardarrangements sowie Mindestaufenthaltszeiten anzeigt. Die Zimmer-

kategorien werden mit drei verschiedenen Kategoriebildern angezeigt. Auf Wunsch kann der Hotelier auch Artikel online buchbar machen, um zusätzlichen Umsatz generieren. Außerdem werden alle Kunden mit einer eigenen „Visitenkarte“ und Buchungsfunktion auf dem Portal hotlinebooking.com präsentiert.

Detail-Entwicklungen

Bewährt hat sich auch die smartWebEngine (sWE) von **HS/3 Hotelssoftware**, Detmold. Nach Aussage von Werner Jantos, Leiter Verkauf und Marketing, sind aktuell neue Features für die sWE Version 2.0 in Planung. Es handelt sich dabei um Detailverbesserungen. Die sWE wurde erstmals im Mai 2013 ausgeliefert. Mit der HS/3



Die Hotline-Schnittstellenplattform übermittelt Daten an Buchungsportale

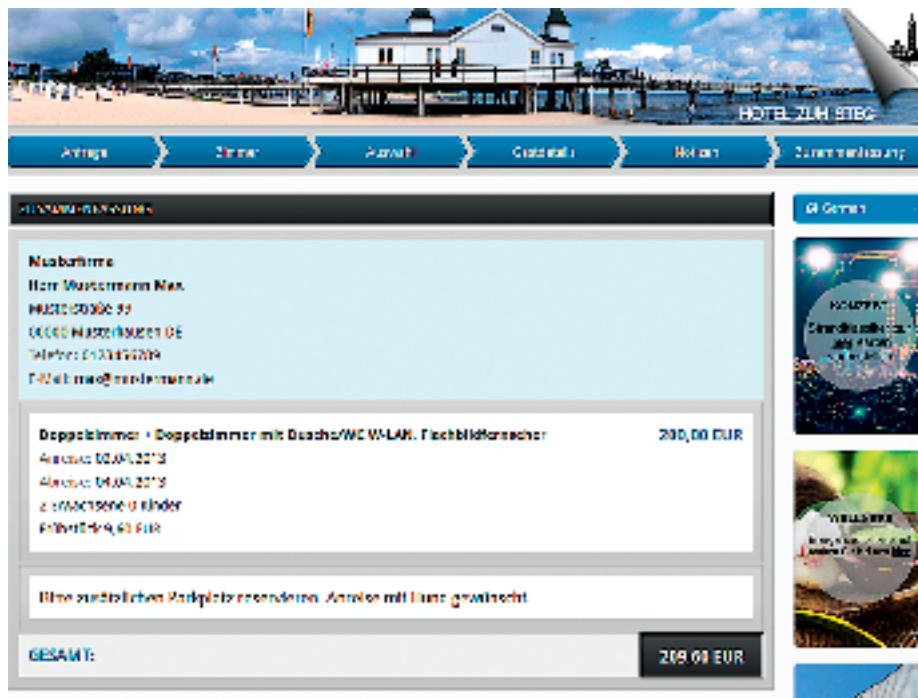


Björn Ahrndt, Geschäftsführer von Hotline Hotelsoftware

smartWebEngine erhalten Hotelgäste in wenigen Schritten ihr individuelles Angebot über Zimmer, Preise, Arrangements, Gruppenangebote, Sonderleistungen und mehr. Im April 2014 ist eine Umfrage unter den sWE-Kunden geplant.

Fünf-Minuten-App

Mobiles Shoppen und Buchen wird immer beliebter. Daher bietet **ibelsa**, Berlin, in Kooperation mit chayns® von Tobit.Software an, kostenlos eine native Smartphone App inklusive Buchungsmöglichkeit zu erstellen. Für die Entwicklung einer Smartphone App geben viele Firmen bis zu fünfstelligen Summen aus. Mit chayns® von Tobit.Software, einem Software-Entwickler im westfälischen Ahaus, ist es möglich, in weni-



Mit HS/3 Hotelsoftware erhalten Hotelgäste ihr individuelles Angebot über Zimmer, Preise, Arrangements und mehr (links).
Das Berliner Hotel Scube Park nutzt den Service von ibelsa und Tobit.Software: eine kostenlose App für die Webbuchung (unten)





Patrick Schulte (links), Geschäftsführer von ibelsa: „Apps bieten gute Möglichkeiten für Hoteliers.“
Susanne Grafe-Storost, Manager Marketing & Kommunikation bei Micros-Fidelio, empfiehlt Mobile Reports via iPhone für die Online-Reservierung

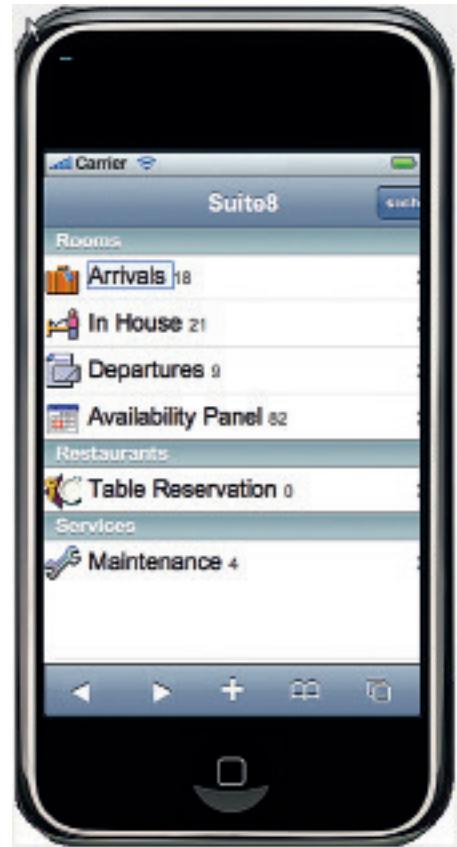
gen Schritten und völlig kostenlos aus der Facebookseite heraus eine native App zu generieren. Diese ist direkt mit der ibelsa-Webbuchung vorgerüstet. Kunden geben ihren Code ein, und schon ist eine Anbindung zum Onlinebuchen gegeben. Die kostenlose App lässt sich in Minuten schnelle erstellen: Voraussetzung ist eine hoteleigene Facebookseite mit mindestens 100 Likes. Zudem müssen mindestens zwei Fotoalben und aktuelle Posts (Neuigkeiten) bereits veröffentlicht sein. Nur wenige Mausklicks sind notwendig, um die App fertig zu stellen, bevor sie von Tobit.Software kurz geprüft und in die App-Stores hochgeladen wird. Prompt stehen sie dort den Gästen kostenfrei zur Verfügung. „Das ist eine unglaublich gute Möglichkeit für Hoteliers“, so Patrick Schulte, Geschäftsführer von ibelsa. „Denn eine App programmieren zu lassen, ist für die meisten unerschwinglich.“ Das Berliner Hotel Scube Park nutzt bereits diesen Service. Da hier außerdem die Hotelsoftware ibelsa.rooms im Einsatz ist, können die Nutzer ganz einfach ihr Zimmer per Smartphone buchen. Ibelsa.rooms kann übrigens in der Vollversion 30 Tage lang kostenlos getestet werden.

Nicht ohne Internet

Susanne Grafe-Storost, Manager Marketing & Kommunikation bei **Micros-Fidelio** im niederrheinischen Neuss, ist sich sicher: „Ganz ohne HRS und booking.com wird es sicher nicht ge-

hen. Ziel eines jeden Hoteliers muss aber sein, seine eigene Homepage unter Berücksichtigung der aktuellen Technologien (Responsive Design, mobile Webseiten, App) so zu gestalten, dass ein zügiger und vor allem einfacher Buchungsprozess möglich ist. Hierzu gehört eine moderne IBE (Internet Booking Engine), welche dem potenziellen Kunden jederzeit alle Verfügbarkeiten, Raten, Packages und weitere Angebote anzeigt. Der Hotelier muss durch gezieltes Online-Marketing seine Gäste unter Berücksichtigung ihrer Präferenzen persönlich ansprechen. Die Welt ist und wird immer mobiler – jeder kann zu jeder Zeit online sein, suchen, finden, auswählen und buchen. Die gesamte Customer Journey, sprich alle Touchpoints, die ein potenzieller Guest durchlaufen kann, sollte der Hotelier zur Verfügung stellen. Wenn er hier attraktiv aufgestellt ist und der zukünftige Kunde das findet, was er sucht und ihn anspricht, kann er mehr und mehr Buchungen für sein Haus „umleiten“ und so die Portale mit den dort verbundenen hohen Kosten umgehen.“

Micros-Fidelio bietet als Lösung die Suite8 Homepage an, die in erster Linie für die Online-Reservierungen von Zimmern entwickelt wurde. Sie kommt als Internet Booking Engine (IBE) direkt auf der Hotelwebseite zum Einsatz und wird aus dem Suite8 Property Managementsystem heraus verwaltet. Zimmerverfügbarkeiten, Raten, Packages und andere zusätzliche Leistun-



gen stehen so jederzeit für den buchenden Guest zur Verfügung. Über den Multi Hotel Selection Screen sind neuerdings mehrere Hotels dargestellt und buchbar. Ganz aktuell wurde die IBE zudem um die Abwicklung von Hot-Deal-Raten erweitert. Diese Frühbucher-Raten können so konfiguriert werden, dass eine Zahlung direkt im Anschluss an den Buchungsvorgang erfolgt. Mit Hilfe des Werkzeugs Suite8 Social Network Interaction können dem Suite8 PMS neue Verkaufskanäle wie Facebook und Twitter hinzugefügt werden. Zusätzliche Übernachtungen können verkauft sowie Preis- und Packageangebote oder auch lokale Events an Facebook- und Twitterfans weitergegeben werden. Da die Internetadresse des Hotels in den Meldungen bei Facebook oder Twitter enthalten ist, gelangen die Gäste mit nur einem Klick auf die richtige Homepage, wo sofort eine Buchung möglich ist. Das Social Networking Zeitalter ist in vollem Gange!

i FACTS

- Die Anbieter von Buchungssoftware bieten Werkzeuge zur Stärkung des Direktabsatzes an, empfehlen jedoch auch die Anbindung an die Buchungsportale, um Neukunden zu gewinnen
- Die Buchung über die eigene Homepage ist mittlerweile eine Selbstverständlichkeit, um Direktumsätze zu generieren
- Informationen müssen nicht mehr händisch eingepflegt werden, sondern werden über die Hotelsoftware eingespeist
- Für den Kunden funktioniert die Buchung einfach und schnell inklusive Bezahlung
- Wichtig ist die Anzeige der Echtzeit-Verfügbarkeit
- Nicht nur Hotelzimmer, sondern auch Wellnessarrangements, Gutscheine und mehr lassen sich online buchen
- Interfaces zu Twitter und Facebook sind vielfach schon verfügbar
- Auch eigene Apps sind kostengünstig realisierbar

i SERVICE

Mehr Informationen unter

- www.42-gmbh.de
- www.citadel.de
- www.hotel-profi.de
- www.hotelwebservice.de
- www.hotlinesoftware.de
- www.hs3-hotelsoftware.de
- www.ibelsa.com
- www.micros-fidelio.de