

Legal Update

Hotel Marketing & *Recht*

Aufbruchsstimmung // #HSMADay2022



Peter Hense

- Head of Data & Technology Law bei Spirit Legal
- Fokus:
 - IT/Data/Wettbewerb/Distribution
 - Travel & Travel Technology

500 +

Hotelbetriebe

20 +

Reiseveranstalter, OTAs

40 +

Travel Technology-Anbieter

15 +

Destinationen

50 +

Reisebüros

Hospitality Industry 2022

Analyse

Strengths
S +

Was sind eure Pluspunkte?
Welcher ist der stärkste?

Weaknesses
W -

In welchen Bereichen bedarf es
der Verbesserung? Was sollte
vermieden werden?

Opportunities
O ↗

Welche externen Entwicklungen
bringen euch Chancen? Was sind
aktuelle Trends?

Threats
T ↘

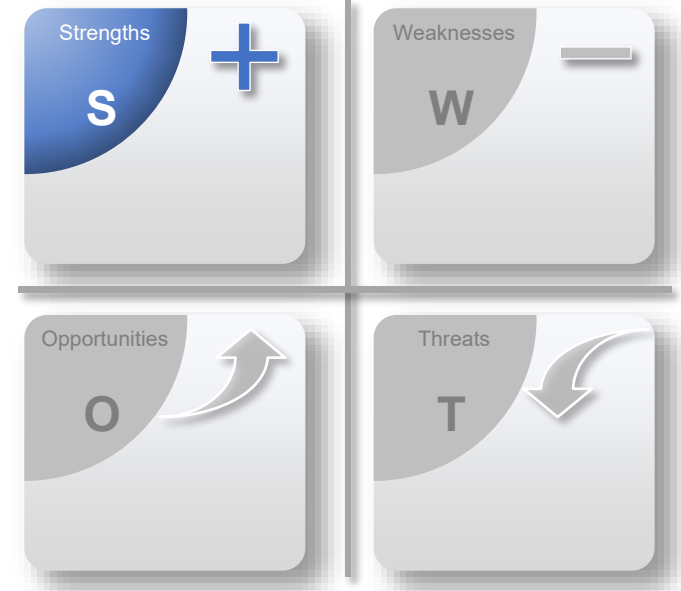
Welche negative Entwicklungen
laufen gerade? Welche
Hindernisse stehen im Weg?

Strengths

S



- Gutes Produkt
 - Vertrauen & Zufriedenheit
- Bekannte Namen
- Motivierte Mitarbeiter:innen
 - Wenn nicht gerade Pandemie ist, arbeiten Menschen gern im Hotel
- Stabile Nachfrage
 - Leisure, City & Business, MICE
- Direkter Kontakt zum Gast
 - Gäste geben gern Informationen
- Kaum juristische Auseinandersetzungen



Weaknesses

W

- **Produkt**
 - Unklare Zukunftsperspektiven
- **Marken**
 - Verwässerung der Marken durch Markenflut
 - Schwacher Markenschutz: Trittbrettfahrer, Brandbidding
 - Verschleuderung von Inhalten und Gästebeziehungen
- **Management**
 - Kaum frischer Wind von außen
- **Marketing**
 - Fehlende interne Kompetenz, Auslagerung auf Agenturen
- **Vertrieb & E-Commerce**
 - Abhängigkeit von Plattformen
 - Schwaches eigenes Marketing
 - Katastrophal schlechte Datenbasis
- **Dienstleister**
 - Externalisierung von Wissen und Fähigkeiten
 - Zerklüftete Technologi Landschaft
 - Berater aus der Hölle
- **Fehlende Streiterfahrung**

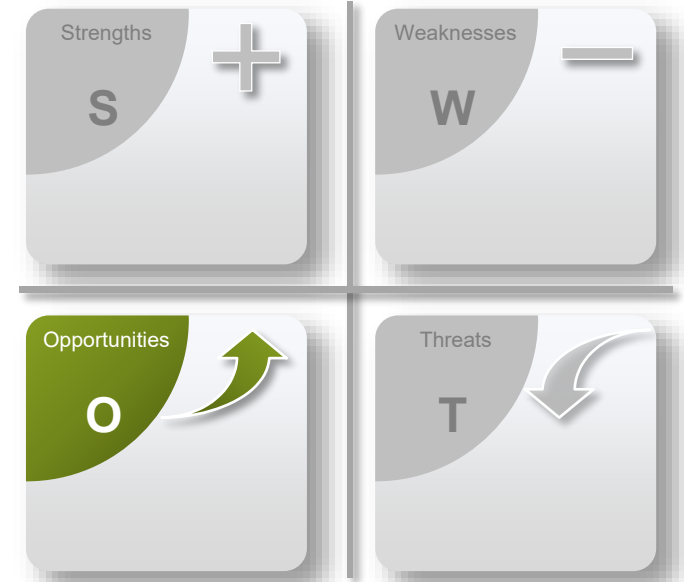


Opportunities

O



- **Aufbau von internem Know-how**
 - Geringere Abhängigkeiten in Distribution & Marketing
- **Registrierung von Marken**
 - Stärkere Visibilität, weniger Abflüsse
- **Mitarbeiter:innen motivieren**
 - Aufbau von Wissen und Fähigkeiten
 - Anwerbung von Quereinsteigern z.B. aus dem E-Commerce
- **Aufbau CRM & Marketing**
 - (Non) permission based marketing
 - Bessere Insights
 - Stärkere Gästebindung
 - Privacy First: Server Side statt Client Side solutions
- **Neue Geschäftsmodelle**
 - Veranstalterrolle bringt Ertragschancen
- **Rechtsdurchsetzung**
 - Schutz der eigenen Kronjuwelen: Inhalte, Kontakte, Preise



Threats

T



- **Verlust der Unterscheidungskraft**
 - Marken, Namen und Inhalte werden austauschbar und beliebig
- **Gäste vertrauen Plattformen mehr als Hotels**
 - Hoteliers werden zu Facility Managern
- **Mitarbeiter:innen verlassen das Unternehmen**
 - Ohne Perspektive und ohne angemessene Bezahlung wird niemand nachkommen, erst recht keine Quereinsteiger
- **Irrelevanz von Sales, Distribution & Revenue Management**
 - Verträge zu vorgegebenen Raten werden automatisiert ein- und verkauft
- **Zusammenbruch des eigenen Marketings**
 - Alle Daten, aller content, alle Verträge liegen bei Plattformen
- **Mängel bei IT, Datenschutz und Datensicherheit**
 - Zunahme von Data Breaches und Vertrauensverlust
- **Vorsprung durch Rechtsbruch**
 - Egal, ob sie dürfen: Plattformen nehmen sich, was sie kriegen können



Hospitality Industry 2022

Analyse

Strengths
S +

Was sind eure Pluspunkte?
Welcher ist der stärkste?

Weaknesses
W -

In welchen Bereichen bedarf es
der Verbesserung? Was sollte
vermieden werden?

Opportunities
O ↗

Welche externen Entwicklungen
bringen euch Chancen? Was sind
aktuelle Trends?

Threats
T ↘

Welche negative Entwicklungen
laufen gerade? Welche
Hindernisse stehen im Weg?

Kontakt

Peter Hense

peter.hense@spiritlegal.com

www.spiritlegal.com

