

Wie Phönix aus der Asche

-In welchen Bereichen wir jetzt aktiv sein müssen-



HOSPITALITY SALES
& MARKETING ASSOCIATION

ÜBER UNS



Daniela Hupfeld

Commercial Director Spain
Pierre & Vacances

Seit 30 Jahren in der Hotellerie sowie der Autovermietung tätig, unter anderem bei Thomas Cook Hotels & Resorts, NH Hotels, Europcar und Jumeirah Hotels.

Mitglieder des HSMA Expertenkreises
für Revenue Management



Sergio Sartori

Group Senior Manager Revenue
Ruby GmbH

Als Quereinsteiger aus dem Finanzmanagement nun seit mehr als sechs Jahren in Clusterpositionen im Bereich Revenue Management in der Hotellerie tätig.

AGENDA

- HISTORY DACH
- STATUS QUO IN DER HOTELLERIE
- WAS WIR WISSEN
- RECOVERY IN DEUTSCHLAND BIS 2026
- AKTION - JETZT!
- ZUSAMMENFASSUNG
- Q&A



HISTORY DACH



Occupancy:
2019: 71.7% vs. 2020: 31.8%
-39.9%
2020: 33.5% vs. 2021: 22.1%
-11.4%

Occupancy:
2019: 67.0% vs. 2020: 30.3%
-36.7%
2020: 31.9% vs. 2021: 32.0%
+0.1%

Occupancy
2019: 76.6% vs. 2020: 26.3%
-50.3%
2020: 30.1% vs. 2021: 19.8%
-10.3%

Quelle: Daten von STR: Year to Date - July 2021 vs. July 2020

Wie Phönix aus der Asche



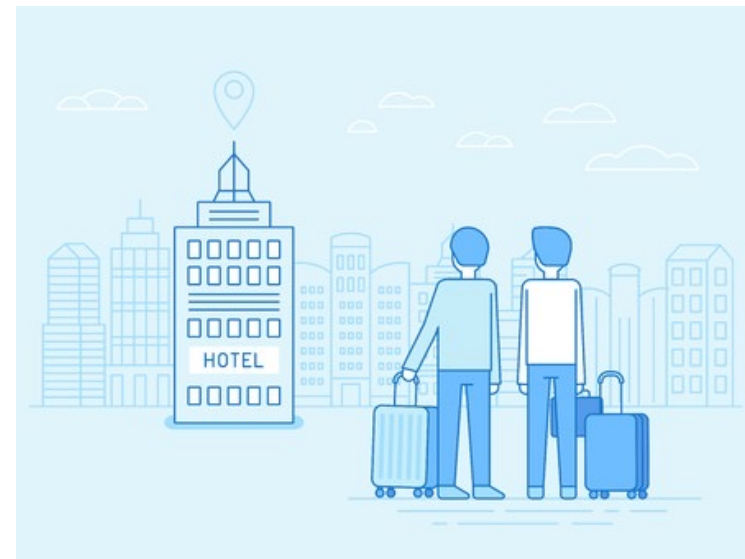
HOSPITALITY SALES & MARKETING ASSOCIATION

STATUS QUO IN DER HOTELLERIE

- Viele Hotels weltweit waren oder sind zum Teil noch **geschlossen**
- Hotels haben eine sehr **unsichere Zukunft** vor sich, so wie der gesamte Tourismus-Sektor
- Hotels haben **vergängliches Inventar**, was heute nicht verkauft wurde, kann nie mehr verkauft werden
- → **Einkommensverluste** sind zu befürchten, was Insolvenzen zur Folge hat

DAS HEISST FÜR UNS

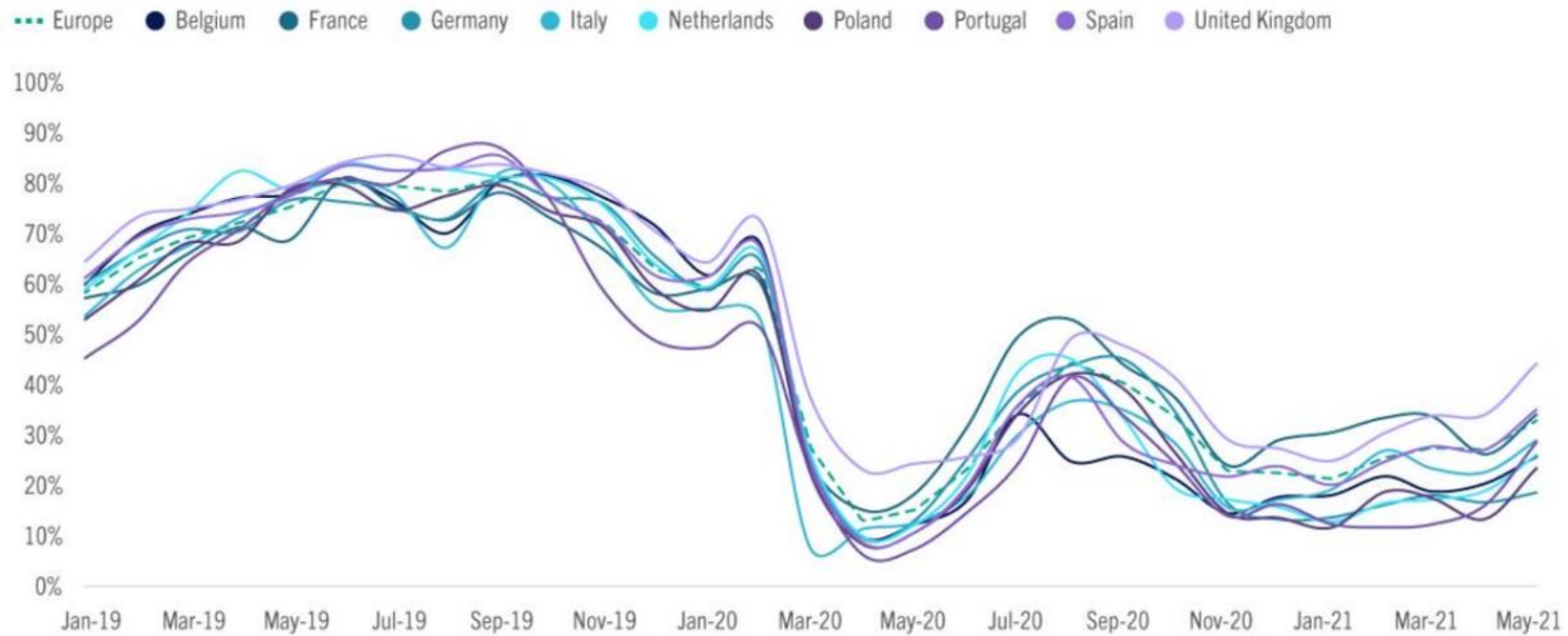
- Wir befinden uns in einer nie vorher dagewesenen Situation
- Planung ist fast unmöglich, finanzielle Ressourcen sind begrenzt oder sogar bereits aufgebraucht
- Allen Hotels auf der ganzen Welt geht es genauso oder ähnlich



STATUS QUO OCC

Europe Occupancy timeline

Monthly occupancy (standard), January 2020-May 2021



Quelle: STR 2021

WELCHE INFORMATIONEN HABEN WIR

- Historische Daten...
- Reisesituation....
- Forecasting....
- Kosten....
- Preisrelevanz....
- Kaufkraft....
- Reiseverhalten....
- Vorbuchungsfristen....

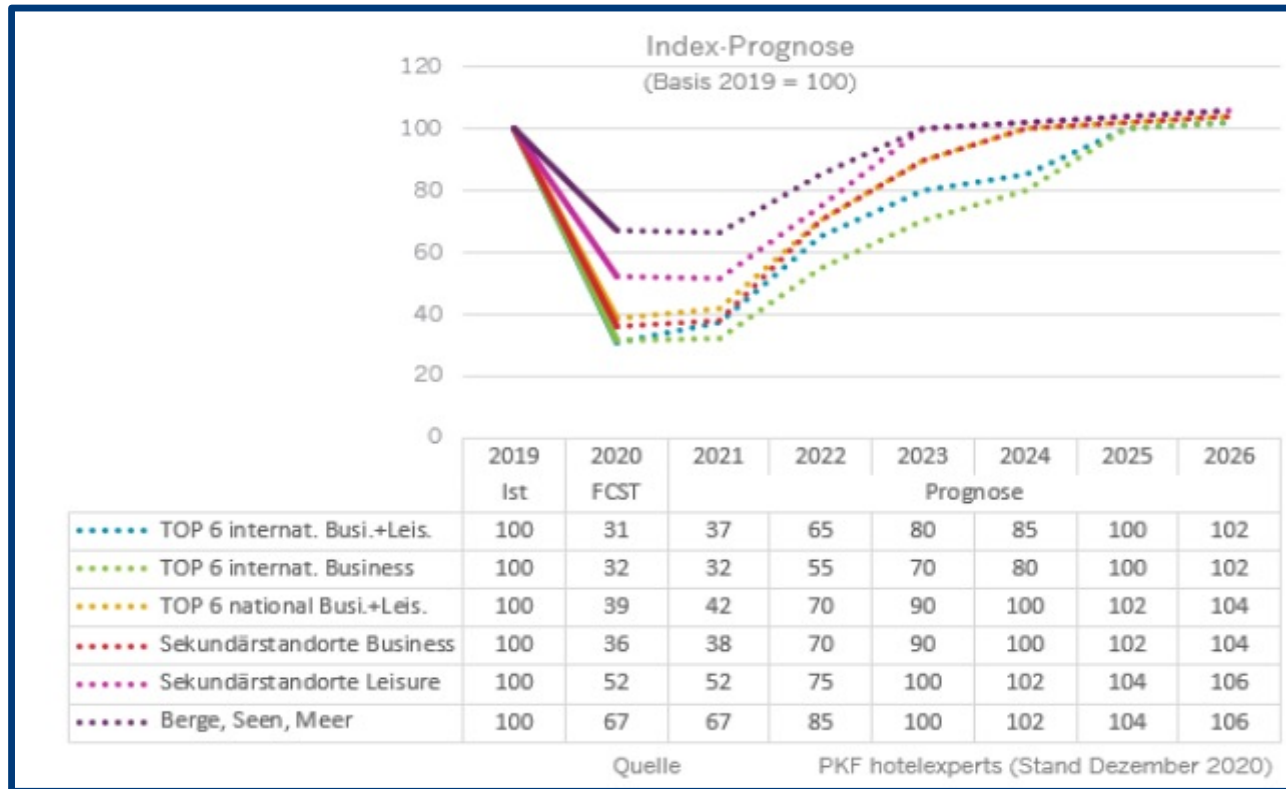
Mit dieser Information kann man arbeiten!!

WAS WISSEN WIR

- Menschen werden immer reisen wollen & neues entdecken und daher wieder anfangen zu reisen
- Geschäftsreisen und persönliche Meetings werden wichtig bleiben, Videokonferenzen ersetzen nicht alles
- Die Tourismus Industrie ist Kummer gewohnt und sehr widerstandsfähig
- Menschen adaptieren an neue Umstände
- Jede Herausforderung hat auch Chancen



RECOVERY IN DEUTSCHLAND BIS 2026



AKTION -JETZT!

- ✓ Kundenorientiert
- ✓ Flexible
- ✓ Competitive

- ✓ Brand.com vs. Channel
- ✓ Inkl. und exkl. Frühstück
- ✓ Zimmerkategorien

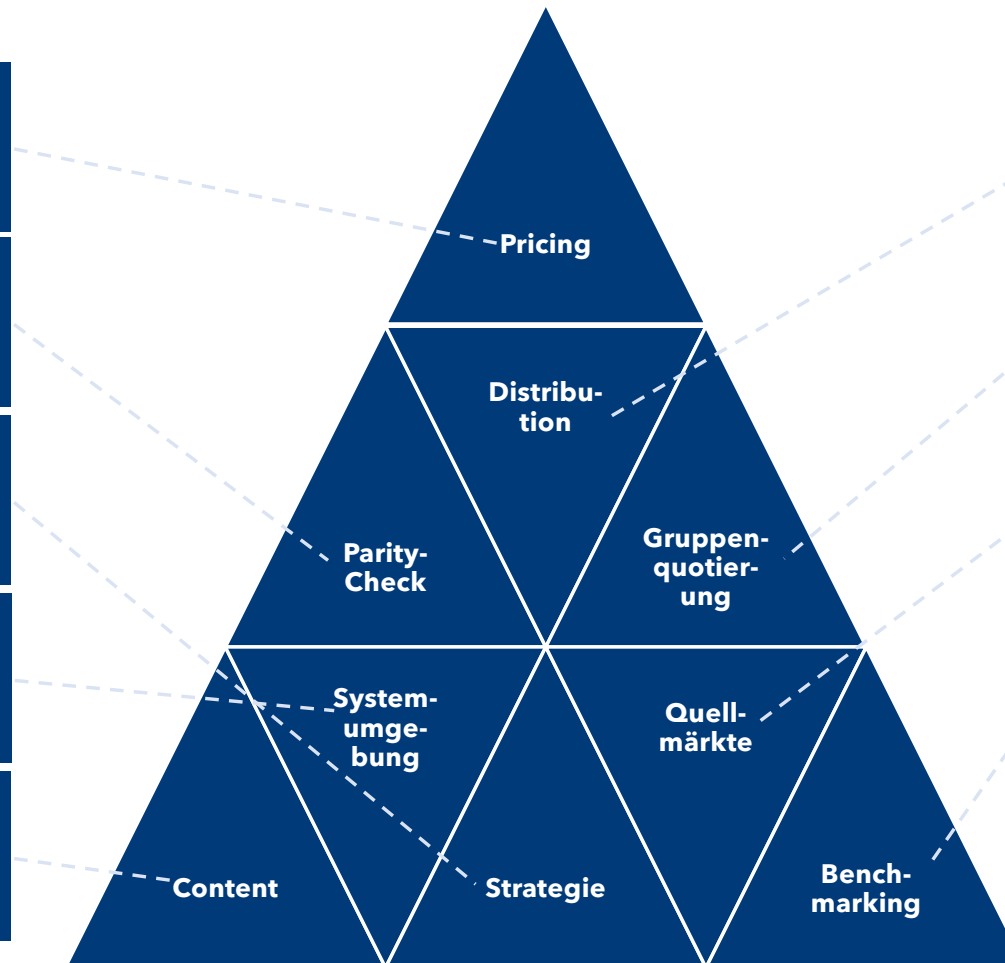
- ✓ Wie will ich nach Corona möglichst schnell den nötigen Share erreichen?

- ✓ Live-Verfügbarkeit
- ✓ 2-Way Schnittstellen
- ✓ Harmonisieren die Systeme

- ✓ Storytelling
- ✓ Fotos
- ✓ Texte

HSMA

HOSPITALITY SALES
& MARKETING ASSOCIATION



- ✓ Channels anbinden
- ✓ Coach Groups
- ✓ Tourserien

- ✓ Antwortrate
- ✓ Lead-Time
- ✓ Basisbelegung

- ✓ Deutschland
- ✓ DACH
- ✓ Europa

- ✓ Market Share
- ✓ Compset
- ✓ Key Performance Index

Wie Phönix aus der Asche

ZUSAMMENFASSUNG

- Wenn Preis nicht das Problem ist, bekämpfen Sie das Problem, nicht den Preis!
- Revenue Management ist wichtiger als je zuvor
- Der Preis ist nicht mehr das alleinige Entscheidungskriterium für den Kunden
- Verlässliche Vertriebspartner sind entscheidend
- Schnelle Anpassung an jede neue Situation ist wichtig
- Evaluieren Sie Ihre Lage jeden Tag neu!



WIE PHÖNIX AUS DER ASCHE

Fragen und Antworten

DANKE UND
BLEIBEN SIE AKTIV

