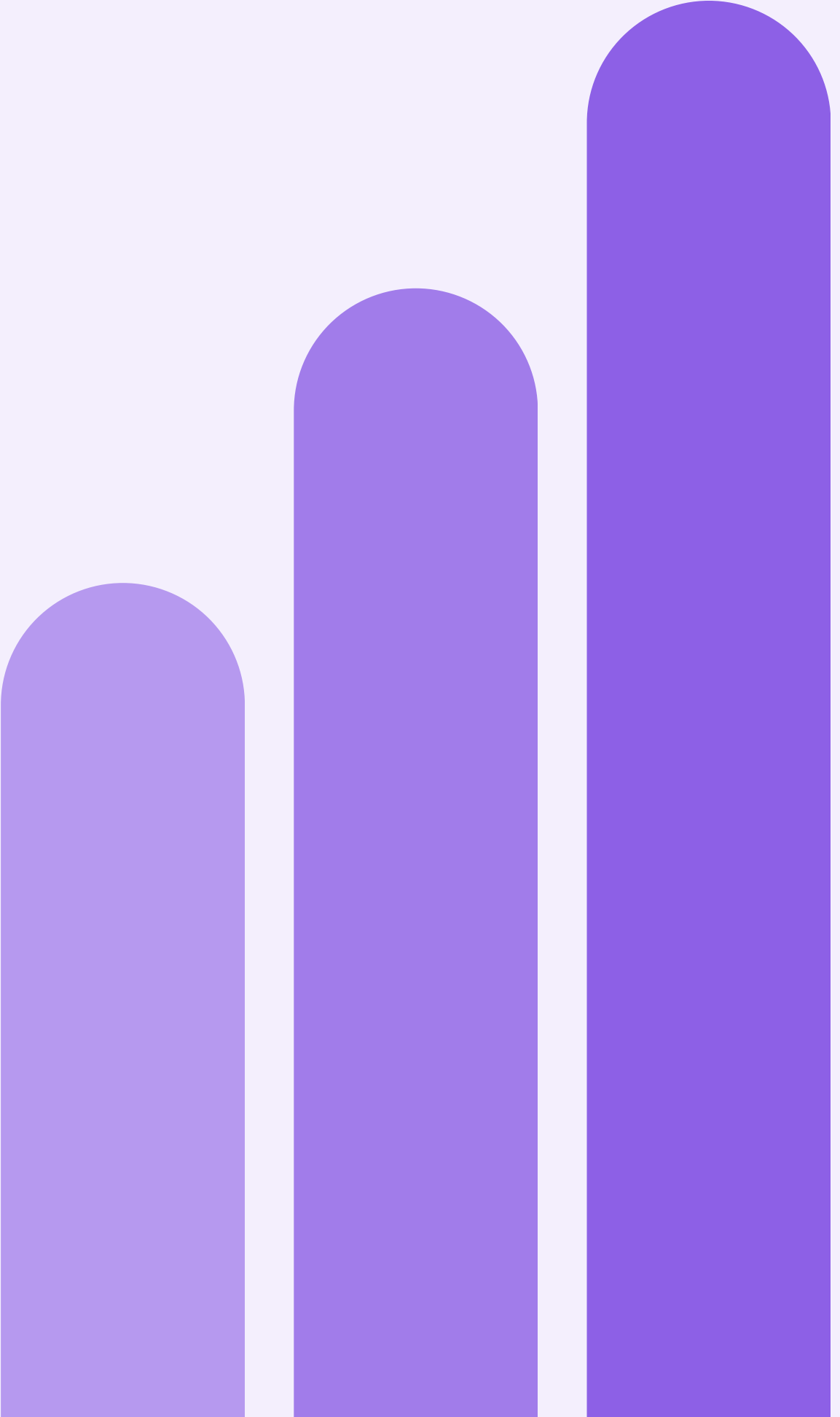




DAS WEBINAR ZUM

Guest Value Report 2026

smart host  





Anna Heuer

HSMA



Matthias Beinlich

b'mine



Timm Heeg

Smart Host



✓ **b'mine Frankfurt Airport** | 241 Zimmer

✓ **b'mine Düsseldorf** | 202 Zimmer

✓ **Jaumann's Hotel Köln** | 145 Zimmer

Guest **Value** Report 2026

2018
gegründet,
Sitz in Berlin

3
Standorte in
Deutschland

588
Zimmer insgesamt

66
CarLoft-Zimmer

1.160 m²
Eventfläche insgesamt

**30 Hotels
bis 2030**
Expansionsziel DE & Europa

b'mine

System- landschaft

Guest **Value** Report 2026

PMS	Guestline
Kassensystem	Gastronovi
Schließanlage	Messerschmitt (Assa Abloy)
Digitale Gästemappe	Guestline
Newsletter Tool	Smart Host
PreStay	Smart Host
PostStay	Smart Host
Operation	Hotelkit
Bewertung	Mara Solutions
Buchungstrecke	Guestline
Yield- & Revenuemanagement	Hotellistat
Angebotserstellung	M&E - mice Desk
ChatBot	DialogShift
Buchhaltung	Fairplanner/profitize
Einkauf / digitale Rechnungsverarbeitung	HGK



Inhalt



Über die Studie



Die 3 zentralen Findings



Was nun? Learnings umsetzen



Eure Fragen



Über diese Studie.

87

Teilnehmende Hotels

4

Länder: DE, AT, CH, IT

52%

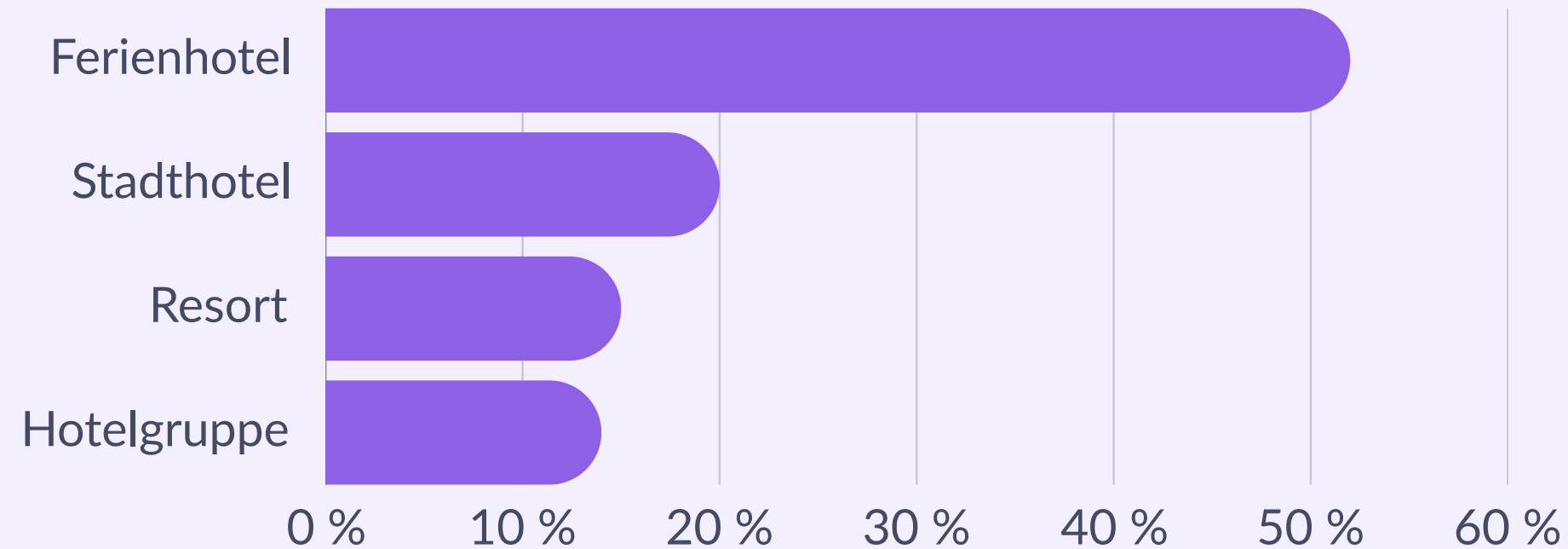
Ferienhotels

62%

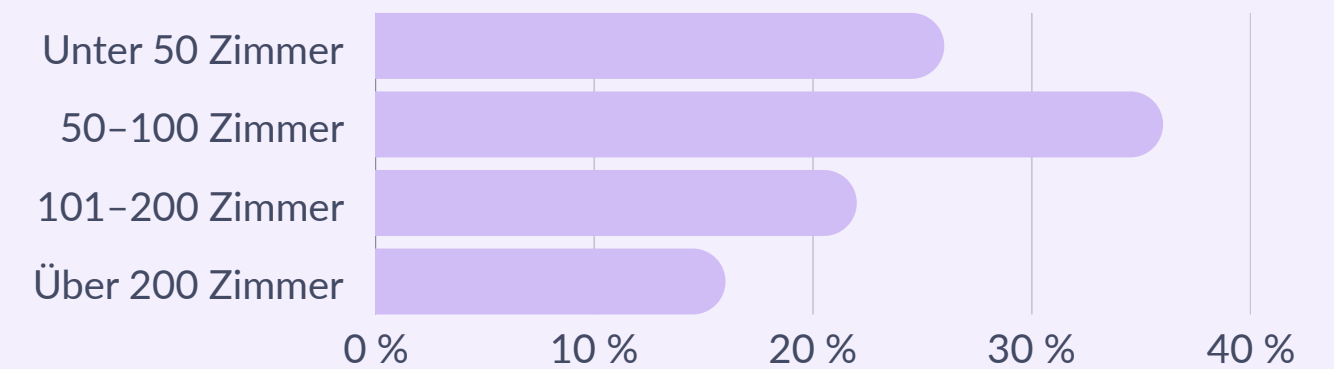
Unter 100 Zimmer

Zusammensetzung der Teilnehmenden

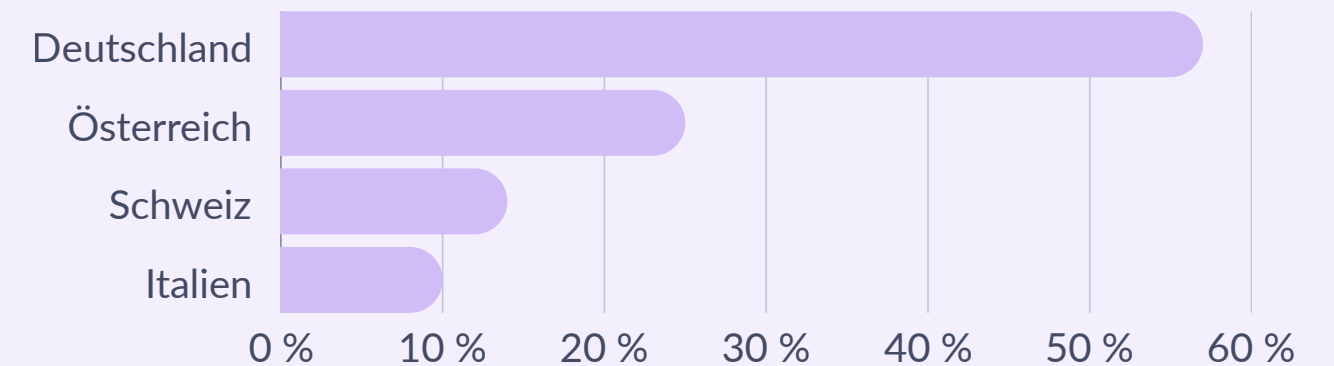
Hoteltyp



Zimmeranzahl



Region



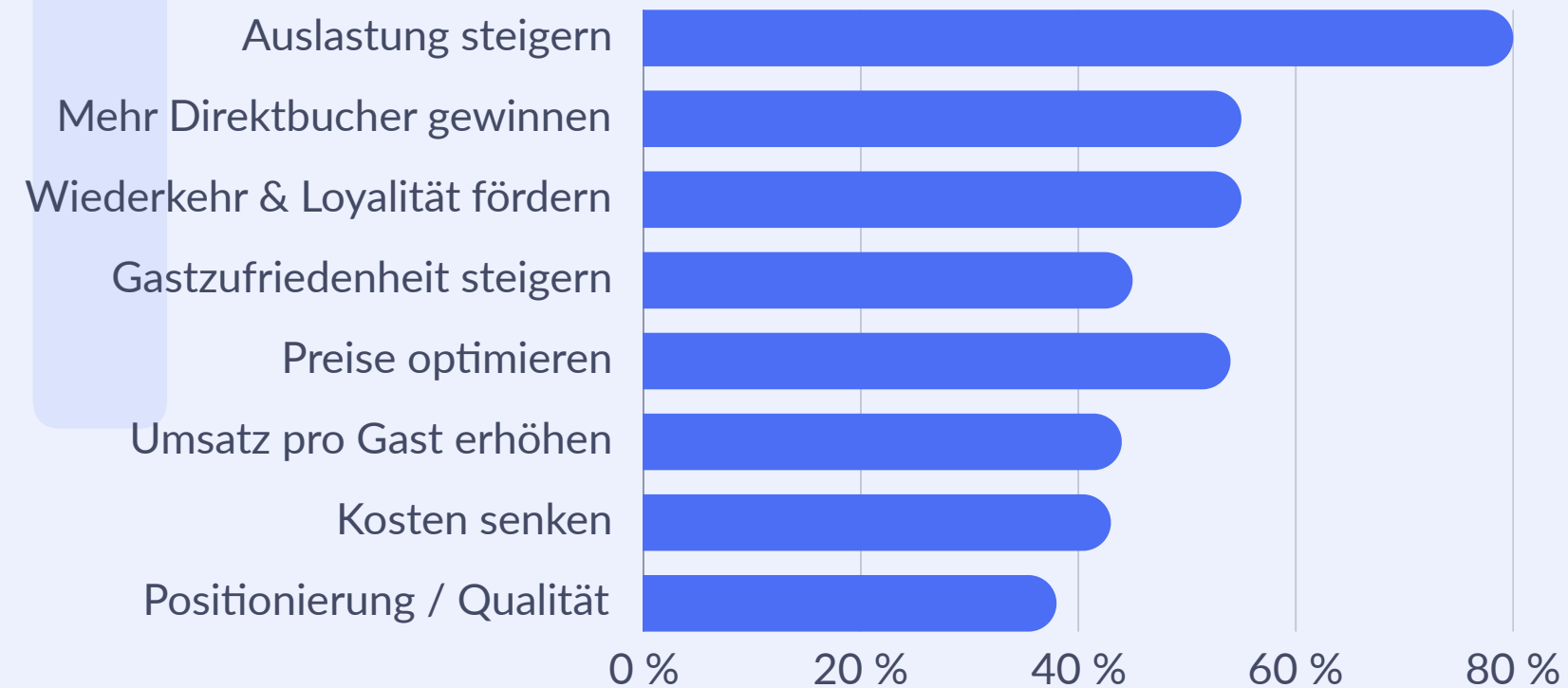


Finding 01

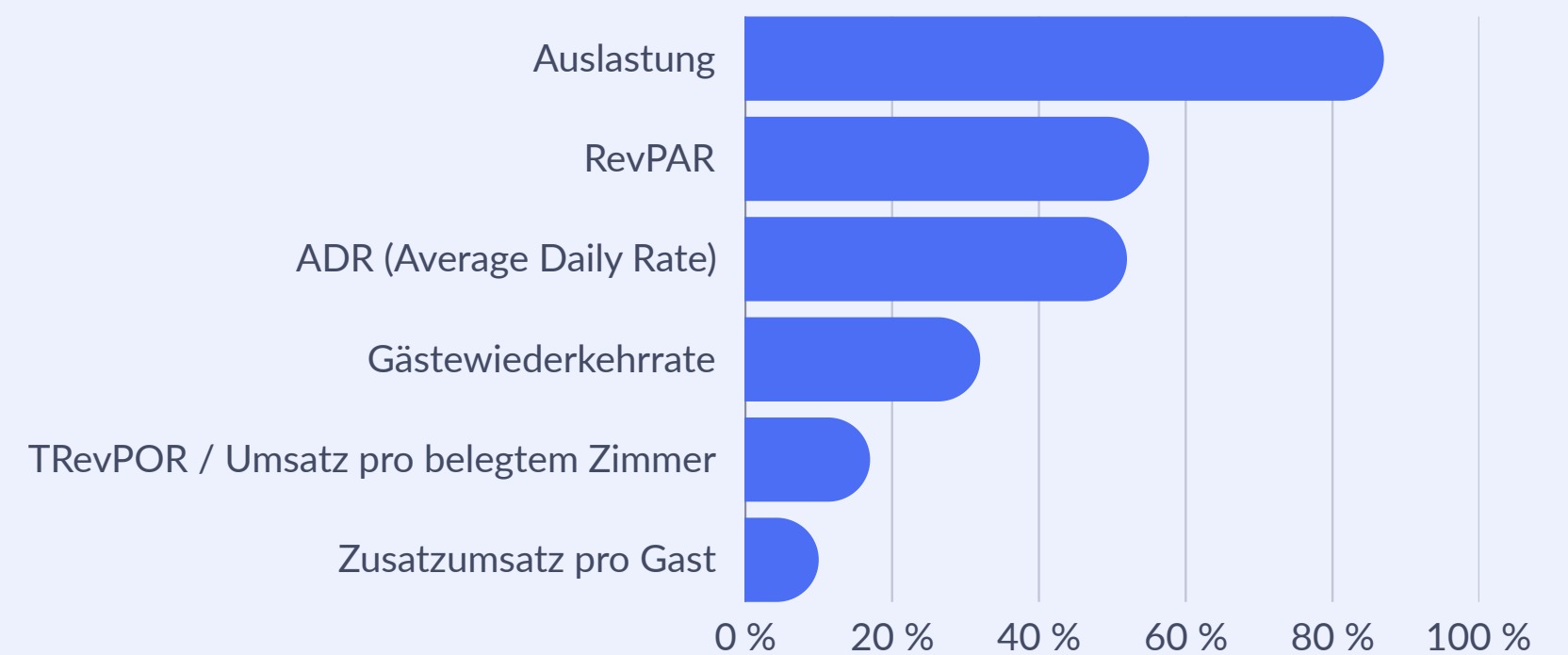
Die Messlücke

87% messen Auslastung – aber nur
10 % messen den Zusatzumsatz pro Gast.

**44 % der Befragten haben
'Umsatz pro Gast erhöhen'
als strategisches Ziel
definiert ...**



**... aber nur 10 % messen
den Zusatzumsatz pro
Gast aktiv als KPI**



$$\text{TRevPOR} = \frac{\text{Gesamtumsatz}}{\text{belegte Zimmernächte}}$$

Was ist **TRevPOR** eigentlich?

TRevPOR (*Total Revenue per Occupied Room*) zeigt dir, was ein Gast wirklich wert ist – nicht nur, was er fürs Zimmer zahlt.

Weg von:

„Wie erhöhen wir die Rate?“
„Wie steigern wir Auslastung?“



Hin zu:

„Wie holen wir mehr Wert aus jedem Gast?“

ADR

→ nur Zimmerpreis

RevPAR

→ Zimmerumsatz pro
verfügbarem Zimmer

TRevPOR

→ kompletter Umsatz
pro Gast



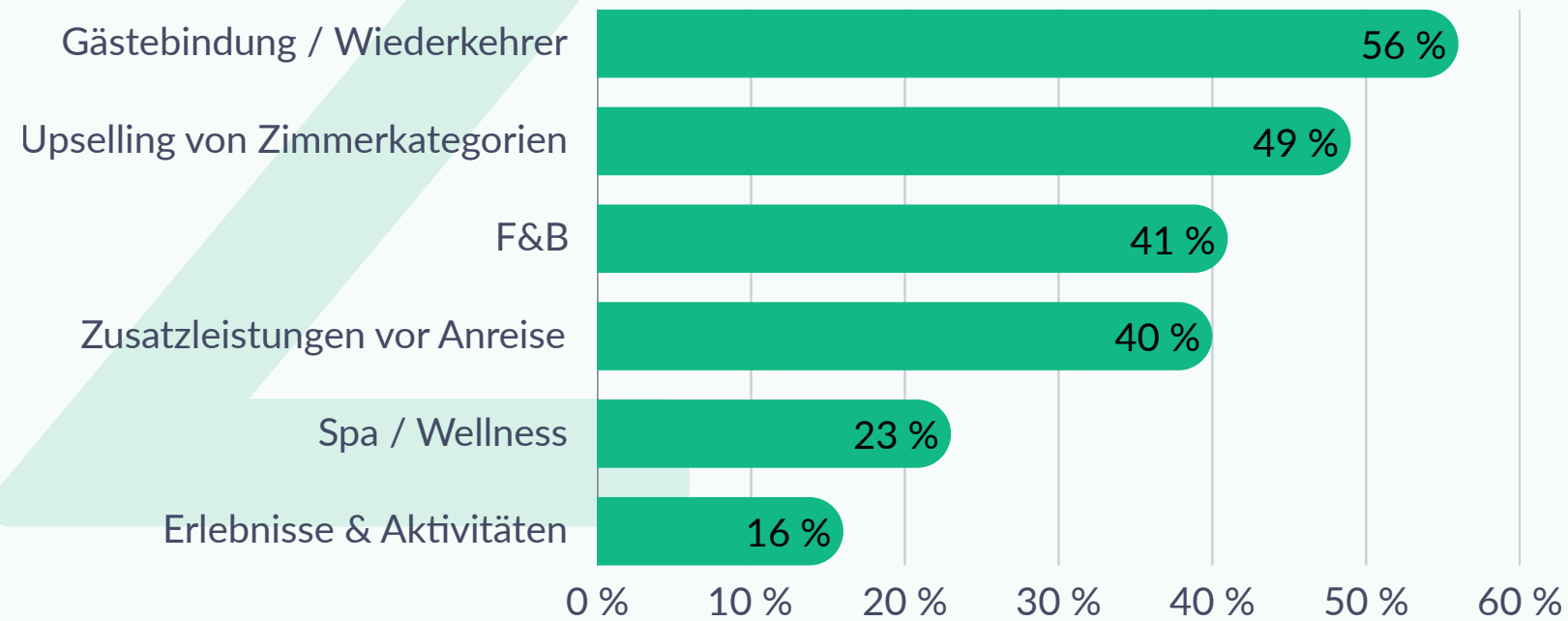
Finding 02

Der Strategie-Widerspruch

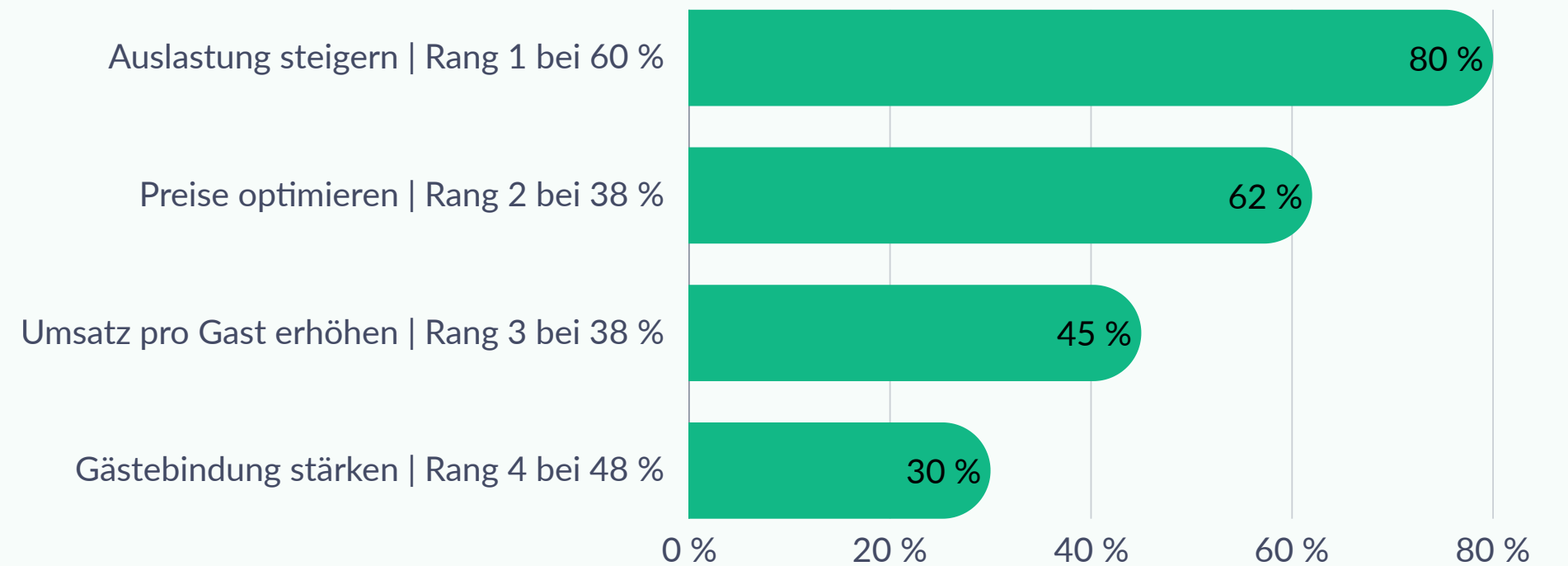
56%

nennen **Gästebindung** als größtes ungenutztes Potenzial — aber in der Prioritätenliste für die nächsten 12 Monate landet sie auf Platz 4 von 4.

Wo seht ihr das größte ungenutzte Umsatzpotenzial?



Was ist euer Fokus in den nächsten 12 Monaten?





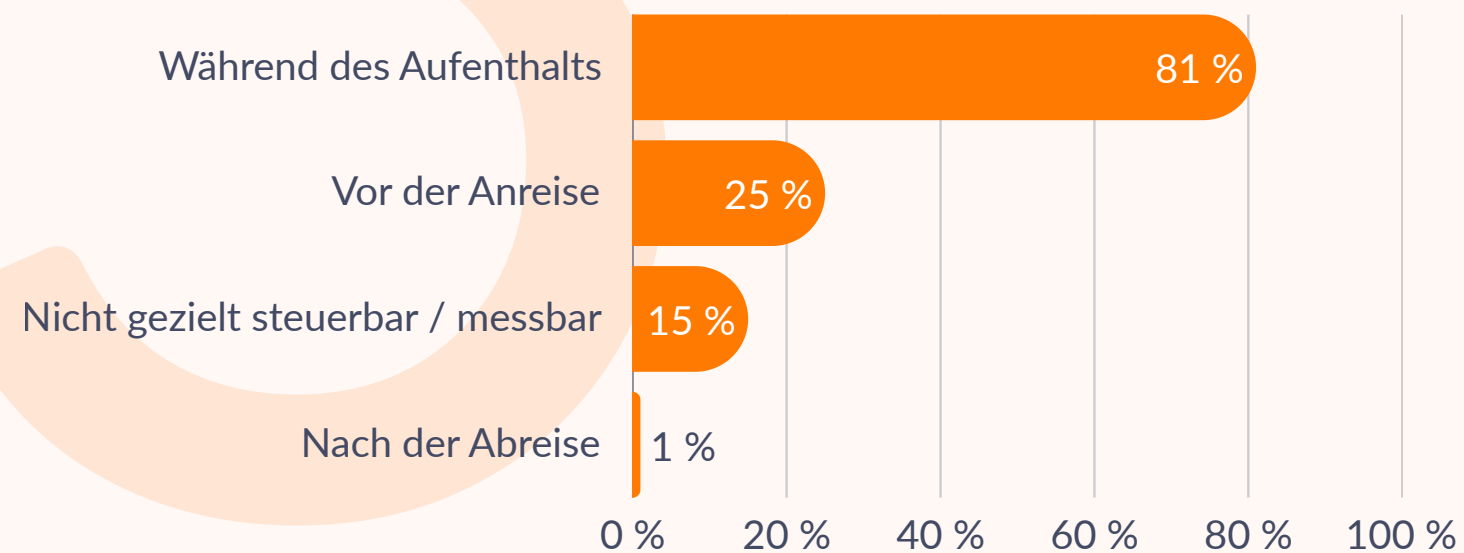
Finding 03

Das lösbare Problem

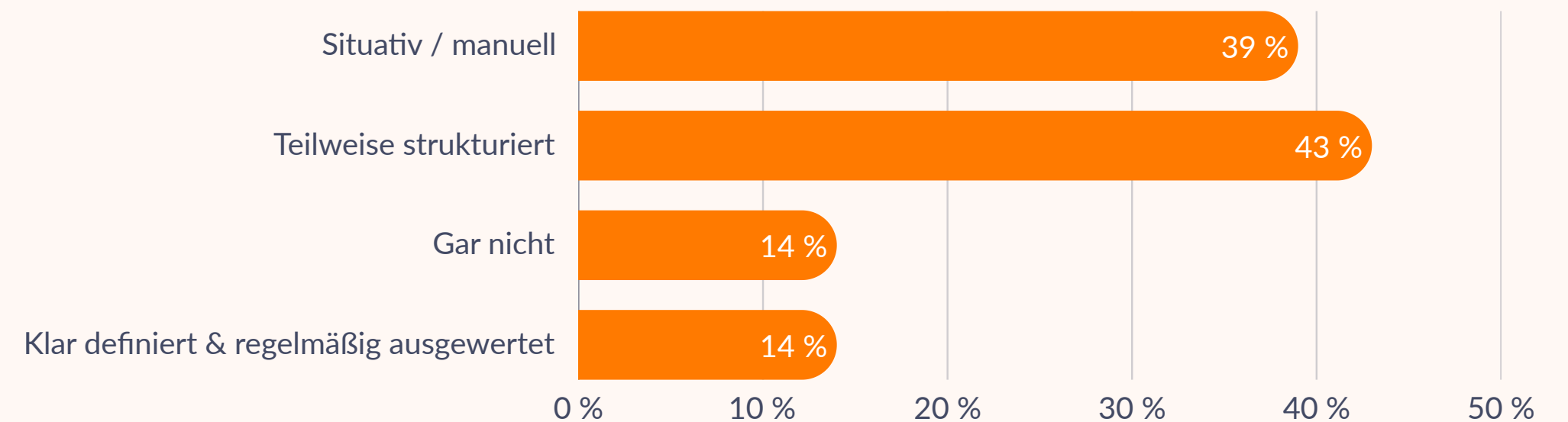
70%

nennen fehlende Nachfrage als Wachstumsbremse. Fast gleichauf: 47 % nennen fehlende Zeit und Prozesse. Und nur 14 % haben klare Systeme für Zusatzumsätze mit regelmäßiger Auswertung.

Wann werden Zusatzumsätze generiert?



Wie systematisch werden Zusatzumsätze gesteuert?





Empfehlung für echte Umsetzung

01 Messen

Messen und klare Ziele setzen

02 Prozesse

Klare Abläufe vor Tool-Auswahl
definieren

03 Tools

Daten zusammenführen statt Chaos
digitalisieren

04 Pre-Arrival

Pre-Arrival als Umsatzkanal
etablieren

05 Bindung

Gästebindung über
Kommunikation und Service

06 Anfangen

Anfangen & Umsetzen statt immer
wieder aufschieben

Kostenlos downloaden: Wer nicht will, der hat schon!



Guest Value Report 2026