

Dynamik des online Vertriebs

Was bringt die online Buchbarkeit ?

10.11.2008

Brennpunkt eTourism, FH Salzburg

Tom Thaler - Director Tiscover.com Portal



© Tiscover 2008

Was sucht der Gast im Internet ?

- ▶ verfügbare Zimmer/Ferienwohnungen
- ▶ Erfahrungen anderer Konsumenten
- ▶ Preisvergleich
- ▶ Information über den Betrieb
- ▶ Information über die Destination & Region
- ▶ aktuelle Informationen (Wetter, Schneebericht, etc)



© Tiscover 2008

Die Suche des Gastes nach dem freien Zimmer

Gestern



Hotel (1593)	Privatzimmer (5548)
Hotel ★★★★★ (22)	Privatzimmer ★★★★★ (332)
Hotel ★★★★★ S (35)	Privatzimmer ★★★★★ (233)
Hotel ★★★★★ (648)	Privatzimmer ★★★★★ (19)
Hotel ★★★★★ (659)	nicht kategorisiert (4964)
Hotel ★★ (15)	Private Ferienwohnung/haus (5187)
Hotel ★ (5)	Private Ferienwohnung/haus
nicht kategorisiert (211)	★★★★★ (556)
Ferienwohnung (6302)	Private Ferienwohnung/haus
Ferienwohnung ★★★★★ (127)	★★★★★ (312)
Ferienwohnung ★★★★★ (272)	Private Ferienwohnung/haus
Ferienwohnung ★★ (46)	★★★ (13)
Ferienwohnung ★ (1)	Ferienwohnungs am Bauernhof (33)
Ferienhaus (173)	nicht kategorisiert (4273)
nicht kategorisiert (5683)	Bauernhof (1958)
Gasthof (864)	Bauernhof (241)
Gasthof ★★★★★ (4)	Bauernhof (141)
Gasthof ★★★★★ (284)	Bauernhof (16)
Gasthof ★★ (97)	Bauernhofpension (92)
Gasthof ★ (22)	Landgasthof (1)
nicht kategorisiert (457)	Hütten & Herbergen (444)
Pension (2329)	Hütte (96)
Pension ★★★★★ (17)	Herberge (115)
Pension ★★★★★ (469)	Jugendherberge (12)
Pension ★★ (323)	Jugendstilbau (20)
Pension ★ (111)	nicht kategorisiert (141)
nicht kategorisiert (1409)	

Heute

Morgen

Unterlinke auf Karte anzeigen

Sortieren Preis (steigend) | Gesamtpreis für 7 Nächte in EUR

- Haus Jockel** Private Ferienwohnung/haus ab 140,00
Ort: Wilschöben, Wilschöbau (Region) > LAGEPLAN
- Haus Kribbe** Private Ferienwohnung/haus ab 150,00
Ort: Groß im Pfälz, Pfälz > LAGEPLAN
- Haus Galtzer** Ferienwohnung ab 175,00
Ort: Oberrösch, Hochpötertal > LAGEPLAN
- Europäer Pension, Tatal** Pension ab 175,00
Ort: Tatal, Tatal

Was bringen Buchungsportale?

- ▶ zusätzlichen Umsatz und Traffic durch weltweite Reichweite



- ▶ Zugriffe: 1.000 Mio (HRS.com) 405 Mio (tiscover) (im Jahr 2007)
- ▶ Besucher: 55 Mio (HRS.com) 22 Mio (tiscover)

- ▶ Über 13.000 Firmenkunden von kleineren Unternehmen bis zu internationalen Konzernen (zB IKEA, Deutsche Telekom, Accenture, BBC, Danone, Lenovo, AUA)
- ▶ Multiplikatoren durch 1000ende Affiliatepartner (zB Austria.info, Herold, Lufthansa, ÖBB)

Warum genügt die reine Buchungsanfrage nicht ?

- ▶ Dem Gast reicht nicht mehr eine Liste aller Betriebe eines Ortes - sondern eine Vorselektion, wo noch frei ist
- ▶ Ein seriöser Vergleich von Preisen ist nur zwischen verfügbaren Zimmern sinnvoll
- ▶ Es gibt für eine Unterkunft eigentlich nur zwei Zustände: ausgebucht oder nicht ausgebucht
- ▶ Das schönste Hotel ist für den Gast uninteressant, wenn er dort kein Zimmer buchen kann
- ▶ 25% aller Anfragen werden gar nicht beantwortet, weitere 30% mangelhaft (Quelle: Tiscover Mystery Shopping 2008)



Drücken Buchungsportale den Zimmerpreis?

- ▶ Der Zimmerpreis ist ein ewiges Spannungsfeld zwischen Unterkunft, Portal und Gast
- ▶ Die Unterkunft gibt immer den Preis vor, die Bewertung desselben wird aber vom Gast vorgenommen
- ▶ Der Gast erwartet eine Sortierung nach Preis, immer die günstigsten Angebote zuerst.
- ▶ Ähnlich wie bei Google wird meist auch bei Buchungsplattformen nur die erste Ergebnisseite vom Gast wahrgenommen



Drücken Buchungsportale den Zimmerpreis?

- ▶ Der veröffentlichte Zimmerpreis regelt somit die Auslastung - er ist somit immer im Vergleich zu den Mitbewerbern zu betrachten
- ▶ *Preisparität* (=gleicher Preis auf der hoteleigenen Website und am Buchungsportal) ist der Grundstock für eine solide Vertriebszusammenarbeit
- ▶ *Exklusivpreis* (=Portalpreis 10% günstiger als auf der hoteleigenen Website) garantiert maximalen Absatz



Buchungs- und Stornobedingungen

Folgende Kriterien sind für den Gast buchungsentscheidend:

- ▶ flexible An- und Abreisemöglichkeiten (nicht nur Samstags)
- ▶ keine starre Aufenthaltsdauer (nicht nur wochenweise)
- ▶ transparente Preisgestaltung (keine versteckten Nebenkosten)
- ▶ keine Anzahlung
- ▶ keine Kreditkarte notwendig
- ▶ möglichst kein kostenpflichtiges Storno



Herausforderungen für die Unterkunft

- ▶ Qualität der Datenerfassung, Aktualität
- ▶ Sprachen Übersetzung
- ▶ laufende Kontingentswartung
- ▶ Konsumenten Preisstrategie
- ▶ kommerzielle Rahmenbedingungen,

- ▶ **online Vertrieb kostet Geld - leer stehende Zimmer auf jeden Fall mehr !**



Zukünftige Chancen für die Unterkunft

- ▶ Data Mining wird generell zur **Beschreibung und Vorhersage** (= Prognose) eingesetzt
- ▶ Im Tourismus geht es hier vor allem um
 - ▶ **Optimierung der Conversion**
 - ▶ **Erhöhung der Umsätze**
 - ▶ **Maximierung des Deckungsbeitrages**
- ▶ Kenne Deinen zukünftigen Gast, biete ihm das **passende** Urlaubsangebot an
- ▶ Abgrenzung vom Wettbewerb durch attraktivere Buchungs- und Stornobedingungen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

- ▶ Ich will mehr über Online Vertrieb meiner Zimmer wissen:

eMail: contracting@tiscover.com

Tel: +43 512 5351 666

- ▶ Ich will mehr über Vermarktungsmöglichkeiten wissen:

eMail: servicedesk@tiscover.com

Tel: +43 512 5351 444

