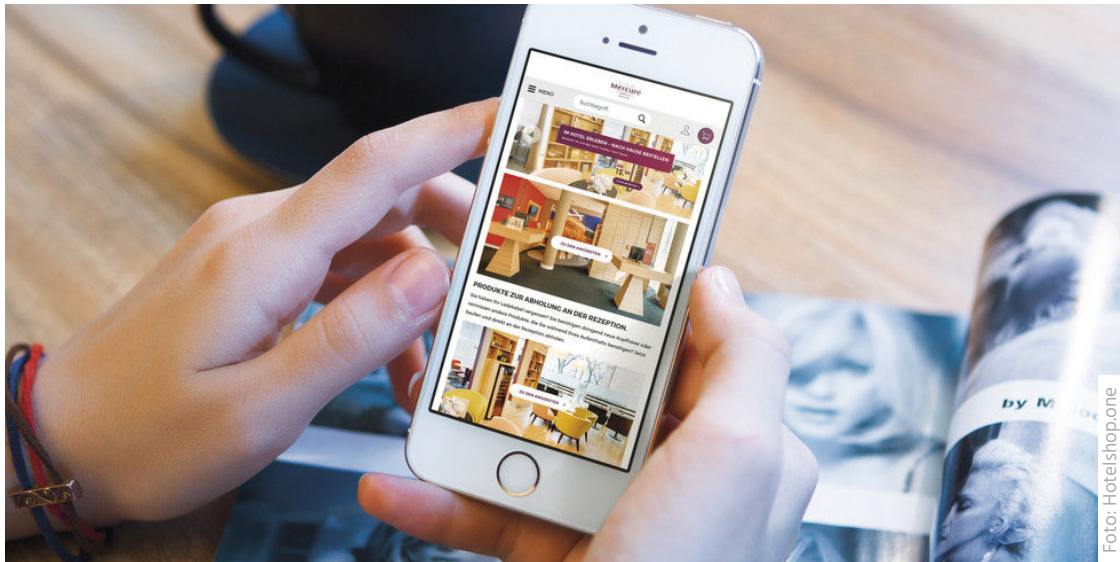


ONLINE-VERTRIEB

„Dein Gast gehört dir!“

Hoteliers können ihre Gäste dank Technik besser kennenlernen. Zwei Stuttgarter Start-ups und eine Hochschule laden zur Diskussion.



Den Gast im Hotel abholen: Das ermöglichen beispielsweise pffiffige Verkaufstools wie Hotelshop.one, hier in Form einer App.

Sonntag, 25. Februar 2018 / von Raphaela Kwidzinski

Stuttgart. „Ein Hotel über ein Portal zu buchen, ist so ähnlich, wie Klopapier zu kaufen“, sagt Patrick Deseyve, Gründer und Geschäftsführer des Start-ups Hotelshop.one. „Es ist etwas, das notwendig ist, wozu man aber einen geringen Bezug und nur selten eine Markenpräferenz hat.“

Harter Tobak für viele Hoteliers, die vor allem um wiederkehrende Stammgäste und Direktbucher bemüht sind. Doch es gibt Perspektiven. „Der Gast schläft im Hotel und nicht beim Buchungsportal. Das ist eine riesige Chance, die Hoteliers für sich nutzen sollten“, so Deseyve weiter. Denn auch wenn die Online Travel Agencys (Online Reisebüros/OTAs) viele Kunden ins Hotel bringen, könnten die Gastgeber vor Ort, also während des Aufenthalts, aktiv werden. „Dann können Sie dafür sorgen, dass diese Kunden ein zweites Mal bei Ihnen buchen, und dann direkt auf der hoteleigenen Webseite.“ Für Deseyve geht es vor allem darum, den Gast vor Ort besser kennenzulernen, seine Präferenzen und Vorlieben aufzuspüren, um damit einen besseren Service zu gewährleisten und künftig zielgerichtete Angebote zu machen.

Interessen ernsthaft prüfen

„Insgesamt sehen wir, dass die Buchungsportale immer noch einen Technologie-Vorsprung haben“, erläutert der Gründer. Denn diese Plattformen tracken seit vielen Jahren systematisch das Buchungsverhalten und die Vorlieben von Millionen von Nutzern. Daraus erstellen sie dann wiederum passgenaue und zielgerichtete Angebote.

Hotelshop.one rät daher den Hoteliers, ganz nach dem Vorbild der OTAs, vor Ort ebenfalls Daten von den Gästen zu erfassen, und zwar über verschiedene Wege. „Über das W-Lan können Sie zum Beispiel messen, wie lange der Gast abends an der Bar gesessen hat, und wie lange er im Fitnessraum war“, so Deseyve. Auch die digitale Gästemappe sieht er als Chance – wenngleich Hotelshop.one nicht Anbieter solcher Tools ist. „Es ist durchaus interessant, welche Informationen der Gast in der digitalen Gästemappe abrufen und welche nicht.“

Das eigene Produkt der Stuttgarter Gründer, der digitale Hotelshop, bietet ebenfalls Tracking-Möglichkeiten. Denn der Web-Shop, ob als Stand-Alone-Anwendung oder in die digitale Gästemappe integriert, offeriert vielerlei Produkte, die der Kunde während und nach dem Aufenthalt bestellen kann. Das reicht von Dingen des täglichen Bedarfs wie einem Regenschirm oder einem Ladekabel fürs Smartphone bis hin zum hoteleigenen Wein und Einrichtungsgegenständen für Zuhause.

Zimmer individuell anpassen

Dank einer Kooperation mit dem Zulieferer FBF kann der Gast sich über den Shop sogar eine Hotel-Matratze nach Hause liefern lassen. Das hat führende Köpfe der Branche so sehr beeindruckt, dass Hotelshop.one im vergangenen Jahr sogar den Start-up-Award des Hotelverbands Deutschland (IHA) gewonnen hat.

Nun arbeiten die Gründer auch mit der Wissenschaft zusammen. Gemeinsam mit der Media Akademie der Hochschule Stuttgart laden sie regelmäßig zu Diskussionsrunden zu Hoteltechnikthemen (siehe Termine links). Angesprochen sind Studierende sowie Praktiker.

„Themen wie Smart Home und Personalisierung von Dienstleistungen oder Produkten setzen sich immer mehr durch und werden somit auch den Hotelbereich beeinflussen“, sagt Andreas Fischer, Professor für Industrial-Design an der Hochschule. Er misst hierbei weiteren digitalen Entwicklungen, wie beispielsweise der Künstlichen Intelligenz Bedeutung zu. Patrick Deseyve kündigt an: „Unsere Vision ist, dass Hotels irgendwann das Zimmer schon bei der Buchung individuell an den Gast anpassen können.“ So könnte künftig beispielsweise der Lieblingswein der Person schon bei deren Ankunft auf dort stehen, ebenso wie das Allergiker-Kissen bereit liegt. Den Trend zum individuellen Hotelzimmer bekommen die Stuttgarter Gründer auch von wissenschaftlicher Seite bestätigt.

Um vom anonymen Hotel-Gast-Verhältnis wegzukommen, rät Hotelshop.one zudem dazu, die Hotelmarken zu stärken. Denn eine starke Marke trage, ähnlich wie die Personalisierung, dazu bei, dass der Kontakt nicht mehr als oberflächlich, sondern als etwas Emotionales wahrgenommen werde. Unterstützung bekommen Deseyve und seine Kollegen dabei von ihren Stuttgarter Start-up-Kollegen von Code2Order, die ein Gäste-Informations- und Service-System anbieten, vergleichbar mit einer digitalen Gästemappe. Gemeinsam haben die beiden Newcomer dazu die Kampagne „Dein Gast gehört dir!“ gestartet, die von der Media Akademie wissenschaftlich begleitet wird.

- ♥ NETZWELT ♥ BUCHUNGSPORTALE ♥ DIREKTVERTRIEB
- ♥ DIGITALISIERUNG ♥ ZIMMERMAPPE ♥ HOTELSHOP.ONE
- ♥ CODE2ORDER ♥ HOTELLERIE

TOP 5

Meistgelesen

- 1 GOURMETGASTRONOMIE**
"Ein Teller darf auch ein bisschen wild aussehen"
- 2 GESTORBEN** Trauer um Egbert Miebach
- 3 PERSONALIE** Tomáš Remeš ist neuer Küchenchef im Landhaus Hotel Waitz
- 4 PERSONALIE** Eine Hotelfachfrau als

AHGZ-UMFRAGE

Kulinarische Give-aways: Was bieten Sie Ihren Gästen?



AUSGABE 8 / 2018

Die dunkle