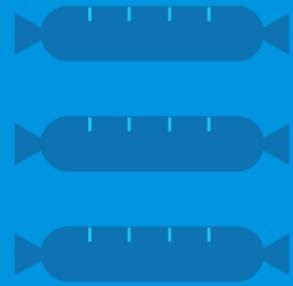
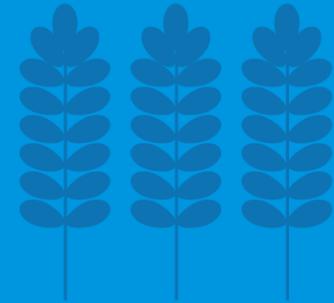




Herzlich willkommen zum Oktobergust



Hier finden Sie
unsere Agenda



Lohnt sich ein Revenue Management System?

5 Wege, wie Ihr Hotel von einem RMS profitiert

Ist es Ihre Zeit, Ihr Geld und Ihre Mühe wert?

in ein Revenue
Management System
(RMS) zu investieren?



15Mio.

**Zimmer, die von einer
Revenue-Management-
Technologie gesteuert
werden.**

*Skift's Hotel Tech Benchmark
dashboard*

Inzwischen kommen immer mehr Hotels aller Größen und Betreibermodelle zu dem Schluss, dass ein RMS eine *lohnenswerte Investition* ist.

A photograph of a modern, multi-story apartment building at night. The building features large glass windows and balconies, many of which are illuminated from within, creating a warm glow against the dark blue twilight sky. The building's facade is a mix of light-colored panels and dark window frames. In the foreground, there are some low-lying bushes and a paved area with a few streetlights. The overall scene is a well-lit, contemporary urban environment.

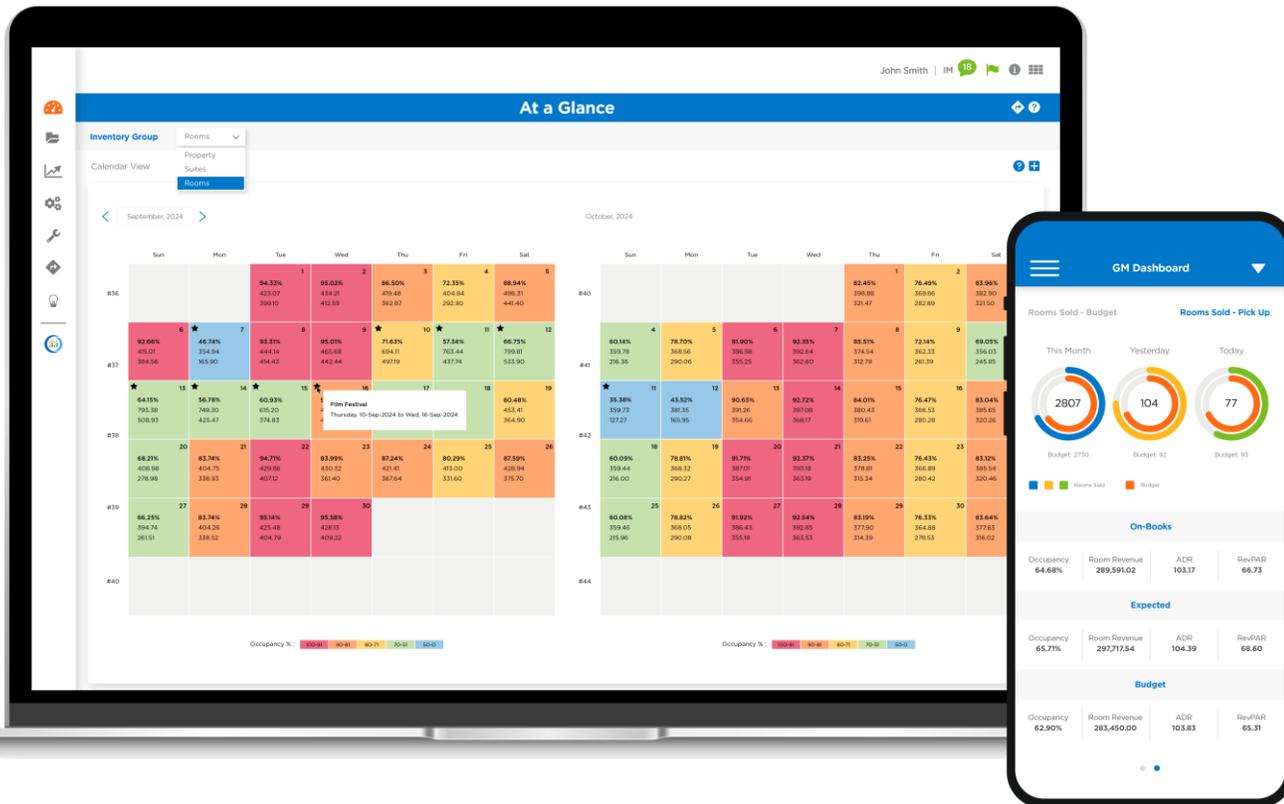
Was treibt den Trend
zur Integration eines RMS voran?

Es lohnt sich: 5 Wege, wie Ihr Hotel von einem RMS profitiert



Die Vorteile eines RMS sind vielfältig.
Hier sind einige der wichtigsten Gründe, die für eine Investition sprechen.

1. Verbessern Sie Ihre Preisgestaltung auf Grundlage fortschrittlicher Nachfrageprognosen



Die granulare Nachfrageprognose vom G3 RMS für Zimmer, Aufenthaltsdauer und Marktsegmente verschafft Hoteliers einen klaren Wettbewerbsvorteil durch nachfragebasierte, dynamische Preisentscheidungen und schafft die Voraussetzungen für Ihre längerfristigen strategischen Maßnahmen.

2. Mit einer Automatisierung holen Sie sich wertvolle Zeit zurück

53%

der großen internationalen
Hotelketten

46%

der mittelgroßen Hotelkette

56%

der Individualhotels

identifizieren das managen von Raten-Parität über alle Vertriebskanäle hinweg als einen wichtigen Bereich für manuelle Arbeitsprozesse.

3. Erzielen Sie mehr Umsatz durch eine längere Aufenthaltsdauer und eine bessere Belegung

1.5%

Steigerung der Gesamtanzahl von Übernachtungen für Hotels, die ein RMS im Einsatz haben

Room Night Improvements by Segment



+13% Outdoor accommodations



+39% Limited Service (Motels, B&Bs)



+2.3% City

Source: iDeaS, review of client property performance across 1,400 properties, Jan. - May 2023 versus Jan. - May 2024.

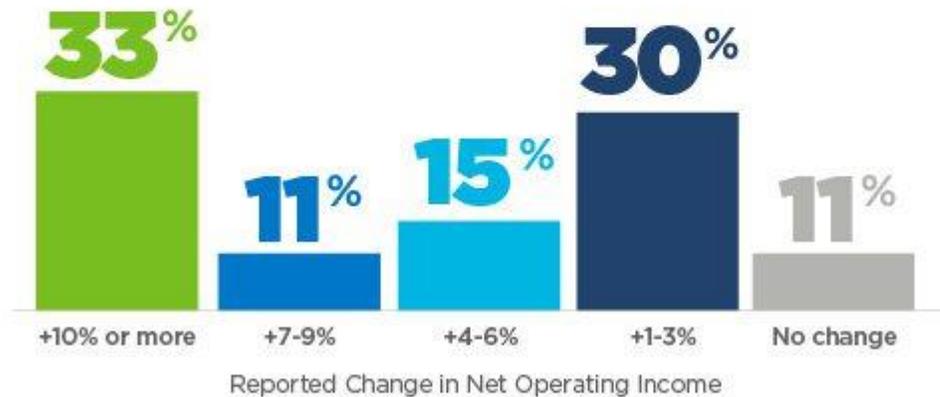
4. Optimieren Sie Ihren Business Mix einschließlich Gruppen- und Konferenz Geschäft



Schnelle **Evaluierung von Gruppen-Anfragen** und die Möglichkeit die potenziellen Auswirkungen auf den Gesamtumsatz durch eine Verdrängungs-Analyse genau nachzuvollziehen. Dadurch können Sie fundierte Entscheidungen treffen, welche den Umsatz steigern.

5. Verbessern Sie Ihren Cashflow und Ihr Betriebsergebnis

Impact of New RM Tech-Driven Revenue Strategies



Source: Benchmark Research Partners and IDEA5, 2023 Hotel Investor Survey.

96%

der Befragten geben an, dass RM-Technologien „etwas“ oder „sehr“ wichtig für die Maximierung ihres individuellen Cashflows sind



Eine strategische Investition
für nachhaltigen Erfolg

A modern living room with a yellow armchair, a blue sofa, and a person walking with a suitcase. The scene is overlaid with a blue semi-transparent rectangle containing text and a logo.

Vielen Dank!

IDEAS™
A sas COMPANY

ideas.com

A man with a beard and sunglasses is smiling broadly while a woman feeds him a slice of watermelon. They are on a boat with the ocean in the background. The woman is wearing a blue scarf and a white tank top. There is a bowl of fruit on the boat.

Leidenschaft von Hoteliers für Hoteliers



DEHAG HOSPITALITY GROUP AG



a||invos

B.W. HOTEL
BETRIEBSGESELLSCHAFT

BWH™ | Hotels

progros

unitels.



1000 Möglichkeiten. Eine Company.

Willkommen bei BWHSM Hotels

Wir als BWH Hotels sind das führende, globale Hotelunternehmen von Hoteliers für Hoteliers.

Unser Ziel ist, angeschlossene Hotels durch unser Dienstleistungsangebot auf Hotelebene noch erfolgreicher zu machen.



BWH | Hotels

BWH Hotels im Überblick

19

Anschlussmöglichkeiten

€8

Mrd. Umsatz in
unsere Hotels
weltweit

53

Millionen Mitglieder
in unserem Loyalty
Programm

4,300 +

Hotels

100

Länder





Unternehmerische Freiheit

Gemeinschaft

Marketing und Vertrieb

Demokratische Organisation

Technologie

Vielfältiges Hotelportfolio

Kundenbindung

Unternehmerische Freiheit

A woman with long dark hair, wearing a white long-sleeved top and a brown pleated skirt, is sitting on a black metal stool on a balcony. She is looking to her right, away from the camera, and has a laptop open on her lap. The balcony has a black metal railing. In the background, there is a large, golden pyramid-like structure, possibly a monument or a building, and a cityscape with buildings and a clear sky. The scene is lit with warm, golden light, suggesting sunset or sunrise. There are some potted plants and a colorful rug on the balcony.

Das Hotel hat für uns oberste Priorität

Die Geschäftsausrichtung wird nicht eingeschränkt

Einbringen von Ideen möglich und gewünscht

Marke und Unternehmertum gut vereinbar

Gemeinschaft individueller Unternehmer

A photograph of four business professionals in a modern office setting. A woman in a dark blue suit is shaking hands with a man in a dark blue suit and a red and blue striped tie. Another man in a dark blue suit is standing to the right, looking towards the group. A woman with blonde hair is in the foreground, looking towards the group. The background is blurred, showing office lights and a window.

Austausch und Netzwerk mit Gleichgesinnten

Orientierung und Sicherheit in dynamischem Umfeld

Know-how-Transfer & Wissensvermittlung

Best Practice von und für Hoteliers

Demokratische Organisation

Einbringen und vertreten eigener Hotelinteressen

Wahrung der Individualität innerhalb von Leitplanken

Aktive Mitbestimmung bei wichtigen Entscheidungen

Unsere Hotels sind unsere Eigentümer

Vielfältiges Hotelportfolio

Optimale Art der Zusammenarbeit mit uns

Vielfältige Optionen je nach Qualität und Service

Individuelle Weiterentwicklung des Hotels

Unabhängig geprüfte Qualität

Unendliche Optionen, Ein weltweites Unternehmen

Upscale Boutique

42 Aktiv + Pipeline

Upscale

169 Aktiv + Pipeline

Upper Midscale

1,342 Aktiv + Pipeline

Midscale

2,191 Aktiv + Pipeline

Collections

531 Aktiv + Pipeline

Aspirational



Collections



Timeless



Boutique



Value



Extended Stay



Sales & Marketing für Hotels

Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Hotels

Erzielung einer höheren Reichweite

Reduzierung von Komplexität

Internationale Vermarktungsinfrastruktur

Technologie

Alles aus einer Hand – CRS & angeschlossene Kanäle

Weltweite Anbindung, Fachkundige Beratung

Zukunftsfähige Distributionslösungen

Upto date bleiben – auf's Tagesgeschäft konzentrieren

Kundenbindung

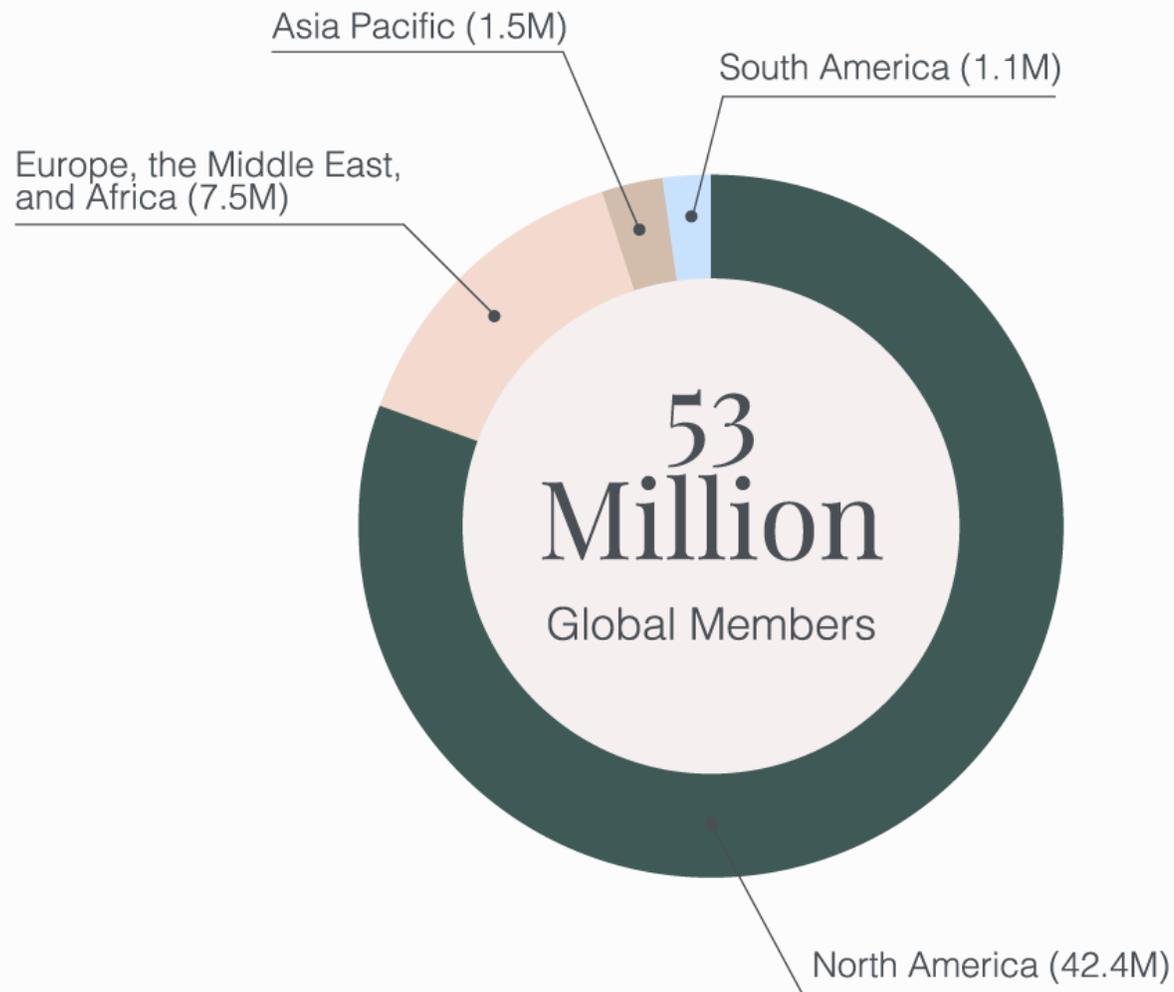
Treue von Stammkunden honorieren und ausbauen

Kundenzufriedenheit steigern, bessere Bewertungen

Mehrumsatz und höhere Durchschnittsraten

Bessere Bewertungen = höhere Profitabilität

BWH Hotels Loyalty Programm



Mitglieder Marketing

500M

Direkte E-Mails an Endkunden

€2.4

Mrd. Euro an Umsatz

- Punkte verfallen nicht
- Exklusive Mitgliederraten and Promotions
- Bonus Punkte
- Bezahlmöglichkeit mit Punkten

Merci

Danke

Thank You

Grazie

Dhanyavaad

Gracias

Bedankt





Guestline

Warum die Cloud einfach besser ist

Vorteile Cloud PMS

- Sicherheit
- Automatische Updates
- Zugriff von überall
- Kosteneffizienz



Die Guestline Plattform

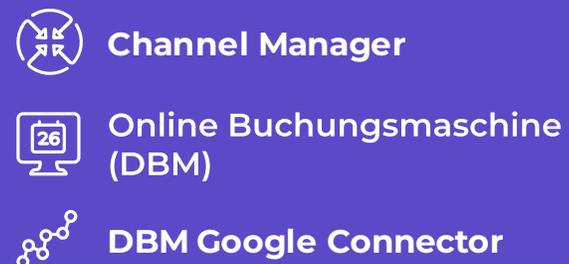
Operative



Gasterlebnis



Distribution



Zahlungen



Herausforderungen für Hotels

Aufgaben und -prozesse müssen neu gedacht werden

Zu viele manuelle
Prozesse

Schlechte
Datenqualität im
PMS

„Ungeduldige“
Gäste

Fachkräftemangel

Die wichtigsten ACHT...

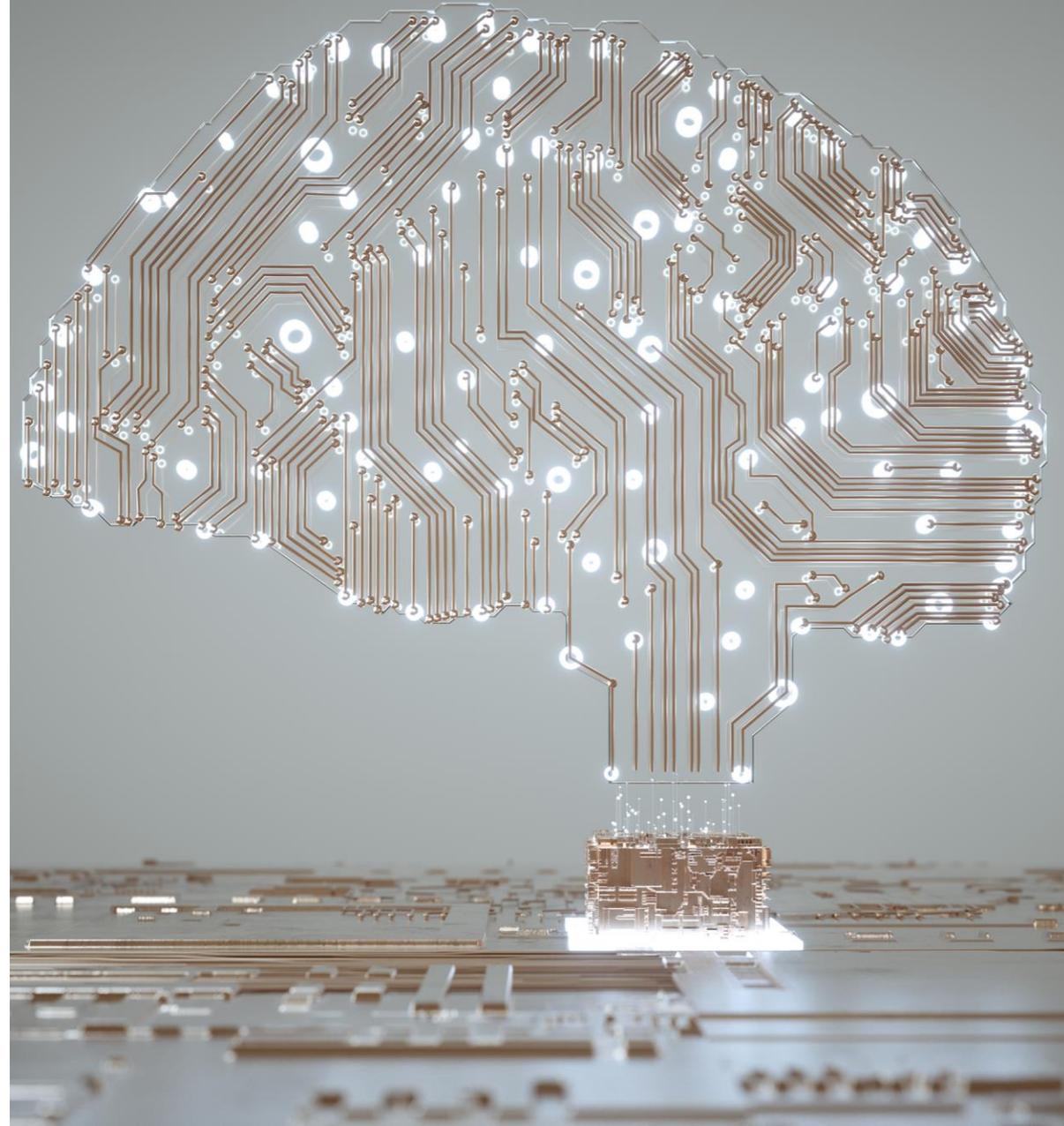
Diese Fragen sollte sich jedes Hotel vor einem PMS-Wechsel stellen

1. Herausforderungen & Wünsche
2. Umsatzoptimierung
3. Mitarbeiterzufriedenheit
4. Gästelerlebnis
5. Systemlandschaft
6. Kündigungsfristen
7. Implementierung
8. Support

Wie sehen meine Auswahlkriterien & mein Entscheidungsprozess aus?

Wie kann Künstliche Intelligenz helfen?

- Verstehen von Sprache
- Lernen aus Daten
- Lösen von Problemen
- Treffen von Entscheidungen
- Erkennen von Mustern



Sonstige Informationen

Damit wir Ihren Aufenthalt so angenehm wie möglich gestalten können, vervollständigen Sie bitte folgende Angaben:

Voraussichtliche Ankunftszeit *
15:00

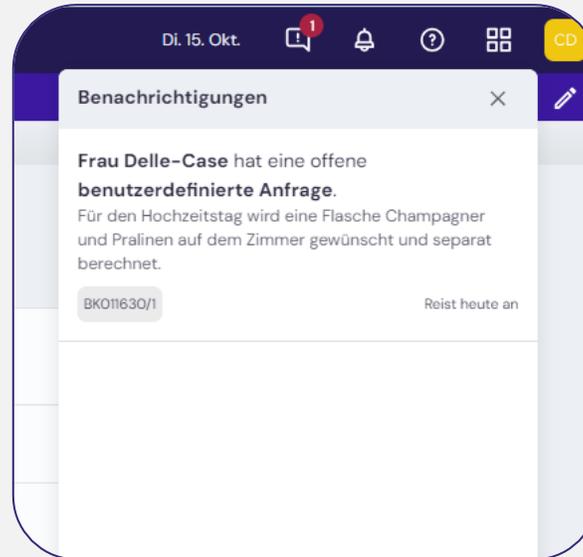
Wenn Sie vor unserer Check-in-Zeit anreisen, ist Ihr Zimmer möglicherweise noch nicht bezugsfertig.

Bemerkungen / Firmen-Adresse (116/250)
Hochzeitstag – bitte eine Flasche Champagner und Pralinen auf dem Zimmer vorbereiten und separat in Rechnung stellen

Bitte beachten Sie, dass Ihre Anfragen möglicherweise nicht erfüllt werden.

Zurück

Weiter



GuestStay – unsere digitale Gästereise

Gäste-Selbstverwaltung

Zu Funktionstasten Hinzufügen

Teilen Sie Uns Ihr Feedback Mit

Auf dieser Seite werden Stornierungen und Änderungen von Gästen und ihr aktueller Status angezeigt.

Anfragedatum ▾ Typ ▾ **Ausstehend** ✕ [Filter Zurücksetzen](#) [Neu Laden](#)

ANFRAGEDATUM Anfragedatum	BUCHUNGSREF. Gast	ANREISEDATUM Anreisedatum	BESCHREIBUNG Anfrage-Details	TYP Anfragekategorie	STATUS Anfragestatus
15.10.2024	BK011630/1 Delle-Case, Carmen	15.10.2024	Für den Hochzeitstag wird eine Flasche Champagner und Pralinen auf dem Zimmer gewünscht und separat berechnet.	Individuelle Anfrage: Feier	AUSSTEHEND

Zeilen pro Seite 25 ▾ 1-1 von 1 < >

In Entwicklung – Übersetzungen mit KI

Produktdetails Distribution Übersetzung

Wo soll dieses Produkt angeboten werden?

- Distribution, Di
- GuestStay, Kios

In welchen Preispl

Wann soll dieses P

- Immer verfügb
- Anreise anzuge

Wie möchten Sie L

verfügbar

- Sofortbestätig
- Auf Anfrage – L

abgelehnt werd

Translate your form

English Translate With AI < Danish French German Italian Portuguese >

Name *	Name
Description	Description
0/2000	0/2000

Cancel Apply



Vielen Dank!



Guestline an Access
Company

Wie finde ich die große
(Systemanbieter)Liebe?

Stephanie Goldbrunner-Jung
Oktobergust // 17.10.2024 in München

Stephanie Goldbrunner-Jung

#dowhatyouloveandlovewhatyoudo

#15 Jahre Erfahrung in der Hotellerie & deren Systemlandschaften

CRM ❤️

#Co-Founderin der anker & alpen Consulting GmbH in 2019



Wir sind die Marie Kondos
der Hotel-Systemlandschaft

Unsere Kunden - vom Individualhotel bis zur Hotelgesellschaft

Jedes Hotel hat seine eigene Geschichte und Persönlichkeit.

Ein One-fits-all Ansatz funktioniert für uns nicht.

aa



Althoff Hotels



Der Europäische Hof
Heidelberg



NOURI

***** ALPIN SPA RESORT
OBERMÜHLE



SEETELHOTELS



**Die Auswahl des richtigen
Systemanbieters ist wie
Dating.**



**DER NEED
TO CHANGE**



**DER ERSTE
CHECK**



aa

**HEIMLICH
TREFFEN**



aa



**FRIENDS
TEST**



MEET THE PARENTS

**RED FLAG
CHECK**

aa



**RED FLAG
CHECK**

aa



**WILLST DU
MIT MIR
GEHEN?**





**IT'S A
MATCH!**

aa

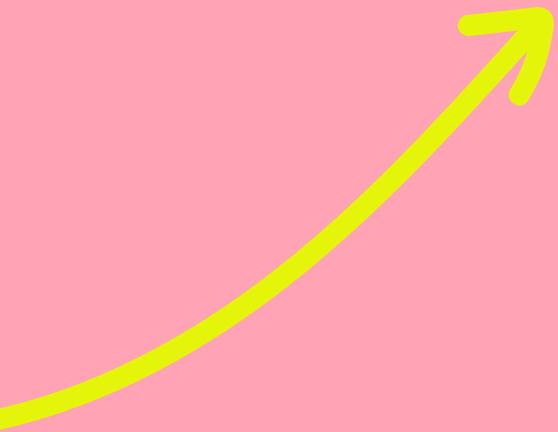


Also,
wie wird die
Systemanbieterwahl zum
Supermatch?



Finding your digital Soulmate

Datingtipps



aa



Das eigene Warum kennen



Status Quo bestimmen



Was will ich? Was brauche ich? Was tut mir gut?



Stakeholder vs. die eigenen Bedürfnisse kennen



Wer trifft die Entscheidung? Wer gibt Input?



Red Flags kennen und beachten



Hard Facts: Vertragslaufzeiten, Schnittstellen



Soft Facts: Bauchgefühl spielt auch eine Rolle

Bonustipp:





**MACHEN IST
KRASSER ALS
WOLLEN**

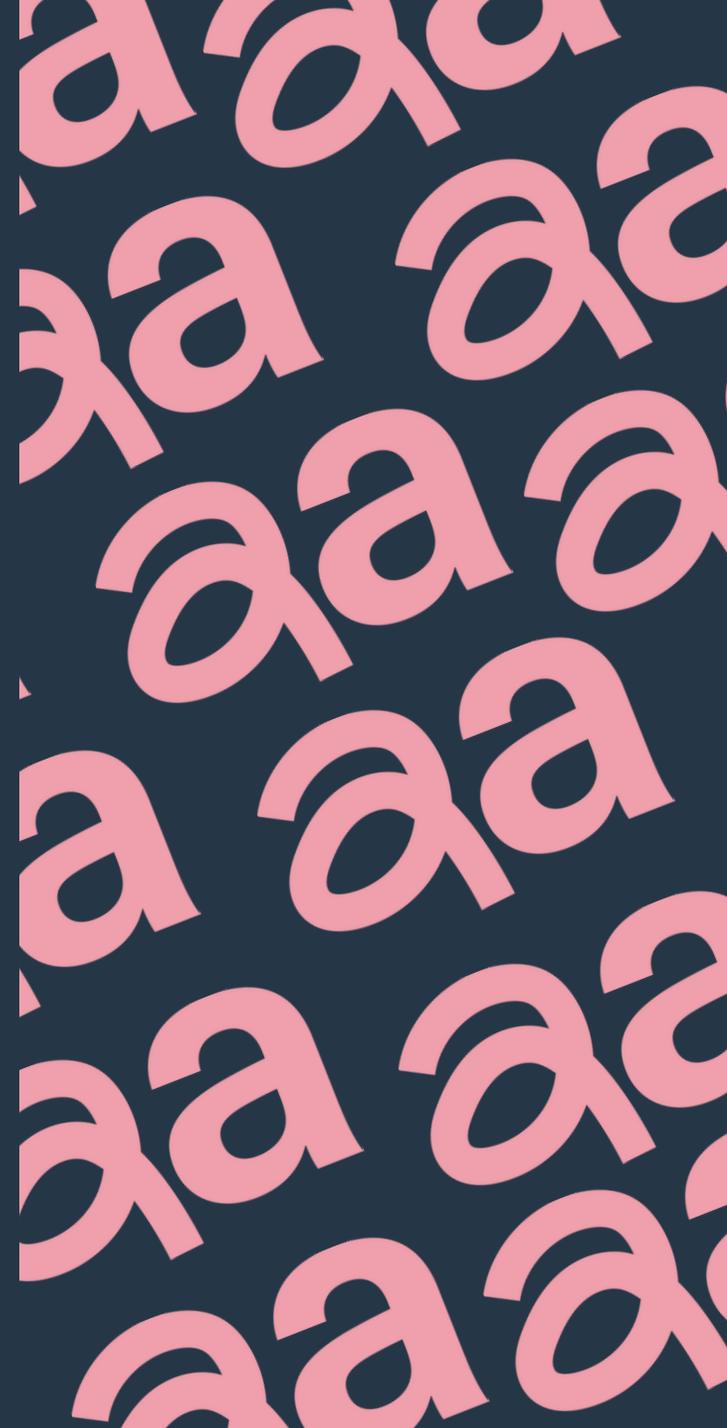
anker
alpen

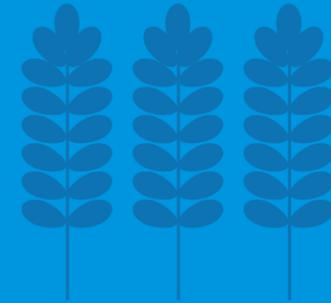
Let's connect!



Stephanie Goldbrunner-Jung
Chief Alps Officer
E: stephanie@anker-alpen.de
M: +49 175 1448826

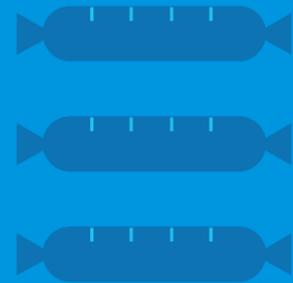
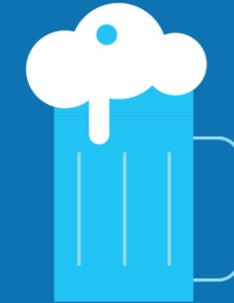
anker & alpen consulting GmbH
Alsterdorfer Str. 228
22297 Hamburg
www.anker-alpen.de

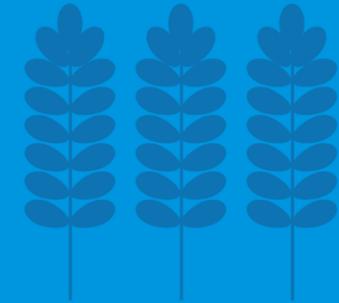




Aus der Praxis – Für die Praxis!

Best Western Hotel Arbellapark
München, BWH Hotels, IdeaS,
Guestline





Vielen Dank!

