

2022 buchbar machen: 7 Tipps für Ihren erfolgreichen Online-Vertrieb im neuen Jahr

Wernau, 24.11.21

Nichts los im Lockdown? Von wegen. Selbst wenn in den kommenden Wochen nur mäßiges Geschäft in der Hotellerie zu erwarten ist, gibt es für Gastgeber derzeit jede Menge zu tun. Das Jahr 2021 neigt sich dem Ende zu und viele Reisen für 2022 werden schon jetzt gebucht. Haben Sie Ihre Buchungsmöglichkeiten aktuell gehalten? Überprüfen Sie jetzt anhand unserer Checkliste, ob Ihr Hotel optimal fürs Neue Jahr aufgestellt ist.

Viele Menschen träumen in der dunklen Jahreszeit bereits vom nächsten Sommerurlaub. Und sie würden möglicherweise auch schon ein Hotel buchen, wenn sie ein passendes Haus mit passenden Angeboten finden. Deswegen ist es ratsam, sich **spätestens jetzt mit aktuellen Preisen und Arrangements für 2022 zu positionieren**. Edgar Roth, Kundenbetreuer beim Buchungssystem & Channelmanager DIRS21, gibt dazu 7 Tipps, mit denen Hoteliers ihren Account aufs Neue Jahr vorbereiten können.

1. Gültigkeitszeiträume für Raten und Arrangements prüfen und ggf. verlängern

Gebucht werden kann nur das, was auch öffentlich angeboten wird. „Immer wieder finden wir in den Accounts unserer Kunden Raten und Angebote, die gar nicht mehr aktiv sind – und das meist unbeabsichtigt“, berichtet DIRS21-Experte Edgar Roth. So haben viele Hoteliers ihre Raten und Arrangements irgendwann einmal so eingestellt, dass diese nur beispielsweise bis 31. Dezember 2021 aktiv sind. Für die Zeit danach werden diese Angebote logischerweise nicht mehr als buchbar angezeigt – weder auf Ihrer eigenen Webseite, noch auf den externen Buchungsportalen. **„Rufen Sie in der Hotelsoftware oder im Channelmanager Ihre Raten auf und geben Sie neue Gültigkeitszeiträume ein“**, rät Edgar Roth. **„Am besten nicht nur für 2022, sondern auch gleich für 2023.“**

2. Saisonzeiten und Messezeiträume festlegen

Checken Sie jetzt den Kalender. Zu Ferienzeiten, Feiertagen, verlängerten Wochenenden, Messen und Events können Sie möglicherweise höhere Preise durchsetzen. Edgar Roth, der vor seiner Zeit bei DIRS21 unter anderem in Hotels wie dem Bell Rock im Europa Park und dem Robinson Club Schweizer Hof gearbeitet hat, würde zu gefragten Terminen zudem noch weitere Restriktionen einstellen: **„Wenn die Nachfrage stark ist, können Sie auch über bestimmte Anzahl an Mindestnächten oder strengere Stornobedingungen nachdenken.“** Und eines ist klar: „Wenn der Winter erst einmal vorbei ist, wird die Nachfrage gerade in der heimischen Hotellerie wieder spürbar anziehen.“

3. Verfügbarkeiten und Preise für 2022 einstellen

In den meisten Fällen erfolgt dies über eine Hotelsoftware (PMS) und die entsprechende Schnittstelle zu Channelmanagern wie DIRS21. „Aber auch in diesem System sollten Sie

sicherstellen, dass die Verfügbarkeiten und Preise möglichst weit im Voraus eingespielt sind“, sagt Edgar Roth: **„Ich würde sie für mindestens eineinhalb Jahre im Voraus freigeben, damit die Buchbarkeit auch gefragten externen Portalen wie Expedia und HRS gewährleistet ist.“** Kurzfristige Preiserhöhungen sind selbstverständlich trotzdem jederzeit möglich.

4. Firmenverträge prüfen

Sie haben fürs Neue Jahr mit einigen großen Konzernen schon feste Bedingungen ausgehandelt? Im DIRS21-Buchungssystem können Sie dafür Konditionen in einer eigenen Firmenrate anlegen und diese mit einem geheimen Code versehen. „Die Firmenrate erscheint dann nur in Ihrer Buchungsmaschine, wenn die Reisedelle des Corporate-Partners den vereinbarten Code auf Ihrer Webseite eingibt“, erklärt Edgar Roth. Der Vorteil: Sie müssen die möglicherweise günstigeren Firmenkonditionen nicht öffentlich machen und können von allen anderen Gästen höhere Preise verlangen.“

5. Arrangements prüfen und überarbeiten

Welche Arrangements haben sich in 2021 gut verkauft? Welche weniger? **„Passen Sie Ihr Inventory hier entsprechend an. Ein Arrangement, das in 2021 niemanden interessiert hat, nimmt nur Platz auf Ihrer Webseite weg und kann zudem die Funktionstüchtigkeit des Buchungssystems in der Datenbank beeinträchtigen“**, erläutert der DIRS21-Kundenbetreuer. „Wenn sich Ihre bisherigen Packages als Ladenhüter erwiesen haben, machen Sie sich Gedanken, welche neuen Arrangements Sie auflegen wollen. Möglicherweise können Sie sich dazu Inspirationen bei anderen Marktteilnehmern holen – auch bei Hotels in ganz anderen Regionen – und deren Ideen an Ihren Betrieb anpassen.“

6. Neue Vertriebskanäle austesten

Der Großteil der Buchungen kommt auch nach Corona über große Player wie HRS, Booking.com und Expedia. Doch kleinere und spezialisierte Portale bringen einigen Häusern individuell ebenfalls vergleichsweise viel Umsatz. Testen Sie beispielsweise neue Leisure-Portale wie Verwöhnwochenende.de, kurz-mal-weg.de oder Kurzurlaub.de. Falls Ihre Zielgruppe aus bestimmten Quellmärkten kommt, lohnt sich auch ein Blick auf die dort bekannten Portale, etwa voordeeluitjes.nl, wenn Sie einen Fokus auf Gästen aus den Niederlanden haben.

7. Weg mit den Karteileichen

Manche Raten und Arrangements werden tatsächlich nicht mehr benötigt und sind quasi Karteileichen in Ihrem DIRS21-Account. „Wir empfehlen, diese Raten zu löschen, falls sie nicht mehr benötigt werden“, sagt der DIRS21-Account Manager. Denn: „Karteileichen können das Datenvolumen und damit auch die Funktionstüchtigkeit Ihres Systems beeinträchtigen. Jetzt ist also auch die Zeit zum Ausmisten.“

Keine Sorge: Sie müssen sich nicht bis ins Detail festlegen, wenn Sie Ihren Account jetzt für das Jahr 2022 rüsten. „Kurzfristige Preiserhöhungen und weitere Restriktionen können Sie jederzeit noch hinzufügen, wenn Sie merken, dass Ihr Verkauf gut läuft“, sagt Edgar Roth. **„Wichtig ist jetzt**

in erster Linie, dass Sie überhaupt buchbar für 2022 sind und sich eine eigene Preisstrategie überlegt haben. Gültigkeitszeiträume, Verfügbarkeiten und Preise sollten also grundsätzlich spätestens jetzt fürs Neue Jahr angepasst sein.“

Bildmaterial & Informationen:

- Edgar Roth, Account Manager DIRS21 (Foto: DIRS21)

Über DIRS21

Das schwäbische Unternehmen DIRS21 by TourOnline AG mit Hauptsitz in Wernau bietet ein webbasiertes Buchungs- und Channelmanagement-System für die Hotellerie, Gastronomie und Tourismusbranche an. Unsere Mission ist es, mehr Reichweite, mehr Buchungen und mehr Umsatz in dieser Branche zu generieren. Seit 1996 stehen wir für intelligente Lösungen aus einer Hand. Unsere rund 65 Mitarbeiter arbeiten an zwei Standorten in Deutschland – Leipzig und Wernau. Für weitere Informationen über DIRS21 besuchen Sie unsere Website (www.dirs21.de).

Pressekontakt:

Denise Krug / Raphaela Kwidzinski
TourOnline AG
Borsigstraße 26
73249 Wernau

eMail: presse@dirs21.de
Telefon: +49 7153 9250 0