

## Interview mit Benedikt Räther, Head of Customer Success bei DIRS21 by TourOnline AG: „Mehr denn je den Wow-Effekt vermitteln“

Wernau, 31.03.2021

### Herr Räther, die Tagungshotellerie leidet immer noch unter der Coronakrise. Wird das Eventgeschäft Ihrer Meinung nach zurückkommen?

**Benedikt Räther:** Unbedingt. Die Menschen verspüren je denn mehr das Bedürfnis nach persönlichem Austausch. Nach einem Jahr gefühlter Dauerschleife in der Video-Konferenz sehnen sich Firmen und Geschäftspartner danach, wieder gemeinsam zu tagen, sich real auszutauschen und auch gemeinsam zu feiern und in der Gruppe etwas zu erleben.

### Können Tagungshotels also weitermachen wie vor der Krise, sobald wir alle geimpft sind?

**Benedikt Räther:** Nach einer so einschneidenden Pandemie wird es natürlich kein einfaches „Weiter so“ geben. Hygiene wird auch in den kommenden Jahren einen besonderen Stellenwert im Eventgeschäft und in der gesamten gastgebenden Branche einnehmen. Zudem müssen Locations vermutlich auch langfristig mit mehr Abstand bestuhlt und besser belüftet werden. Auch nach Corona will keiner mehr stundenlang in einem muffigen und überfüllten Raum sitzen. Wir gehen daher davon aus, dass manche Räume, die schon immer sehr eng waren, sich künftig nicht mehr so gut für das Veranstaltungsgeschäft eignen oder sich auf entsprechend kleinere Zusammenkünfte spezialisieren müssen. Solange das Virus hierzulande umgeht, sollten zudem Schnelltests für ein Stückweit Sicherheit auf jedem Event sorgen.

### Das Tagungshotel könnte dank Schnelltests also bald wieder so manche Video-Konferenz ablösen?

**Benedikt Räther:** Ablösen nicht unbedingt. Ich denke, dass wir auf absehbare Zeit ein Nebeneinander von realen und virtuellen Events erleben werden, und natürlich hybride Veranstaltungen. Dabei haben vor allem erst einmal kleinere Tagungen und Seminare die Chance, sich schnell wieder zu erholen. Bei größeren Tagungen werden Veranstalter den Fokus voraussichtlich auf hybride Formate legen, selbstverständlich ergänzt um zuverlässige Hygienekonzepte und zudem um spannende Inhalte als Zugpferd.

### Wie können sich Tagungshotels nun also für die Zukunft positionieren?

**Benedikt Räther:** Mit klarer und ehrlicher Kommunikation. Abstands- und Hygienekonzepte sollten deutlich auf der eigenen Webseite, aber auch auf externen Vertriebsplattformen dargestellt werden. DIRS21 bietet dazu diverse Möglichkeiten, wie beispielsweise Overlays und Pop-up-Fenster in der Buchungsmaschine (Internet Booking Engine/IBE). Punkten können Sie bei Veranstaltern aber nicht nur mit Hygiene, sondern auch mit Erlebnissen. Denn nach monatelangen Beschränkungen sind die Menschen hungrig nach besonderen Ereignissen. Es lohnt sich also, Tagungspackages mit speziellem Rahmenprogramm aufzulegen, und zwar vor allem mit solchen Aktivitäten, die wir lange Zeit nicht oder nur in begrenztem Umfang ausüben konnten. Das fängt beim gemeinsamen Grillabend an, denkbar sind aber aktivere Erlebnisse wie Kochkurse oder Klettertouren.

## Welche Tools bieten Sie bei DIRS21 für den Vertrieb von Packages und anderen Angeboten?

**Benedikt Räther:** Mit den DIRS21 Premium Widgets lassen sich unter anderem die angebotenen Arrangements und Pauschalen ansprechend auf der hoteleigenen Webseite darstellen. Wir empfehlen dazu, nicht nur die aktuellen Verfügbarkeiten, Preise und Inklusivleistungen zu hinterlegen, sondern auch professionelles und aussagekräftiges Bildmaterial. Dabei sollten Sie nicht unbedingt am Fotografen sparen, denn wie bereits erwähnt, gewinnen außergewöhnliche und besondere Erlebnisse weiter an Bedeutung. Hotels haben hier die Möglichkeit, einen individuellen Wow-Effekt zu vermitteln, der nach Corona mehr denn je gefragt sein wird.

## Außergewöhnliche Erlebnisse und hochwertige Services kosten aber Geld. Wie können Hoteliers ihr Pricing sinnvoll steuern? Jetzt und in der Zukunft?

**Benedikt Räther:** Die Nachfrage bestimmt bekanntlich den Preis. Daran wird sich auch nach der Pandemie nichts ändern. Wer ein außergewöhnliches Erlebnis haben möchte, wird auch bereit sein, dafür mehr zu zahlen. Mit dem DIRS21 Cockpit – einer Schaltzentrale für den gesamten Online-Vertrieb – haben Hoteliers die Möglichkeit, nicht nur einzelne Raten, sondern auch Arrangements dynamisch zu bepreisen. Sie können beispielsweise selbst bestimmen, um wieviel Prozent oder Euro sich der Preis erhöht, wenn sie nur noch eine bestimmte Anzahl an Zimmern verfügbar haben. Für solche mikro-ökonomische Bedingungen können Sie schon jetzt im DIRS21 Cockpit sogenannte „Regeln“ hinterlegen, jeweils bezogen auf einzelne Raten, Arrangements, Zimmer und Vertriebskanäle. Künftig wollen wir Ihnen auch „Regeln“ auf Basis externer, makro-ökonomischer Bedingungen bieten. So könnte sich die Rate für das Wochenende beispielsweise automatisch erhöhen, wenn die Meteorologen viel Sonne prognostizieren. Dazu bereiten wir aktuell eine Kooperation von DIRS21 mit einer Wetter-App und einem Revenue-Management-Dienstleister vor.

## Die Gäste buchen aber nicht nur auf hoteleigenen Webseiten. Wie können Hoteliers sich außerhalb ihrer Homepage positionieren?

**Benedikt Räther:** Bei externen Portalen kann es sich lohnen auszuprobieren und zu tracken, welche Kanäle und Angebote gut laufen und welche nicht. DIRS21 bietet hier mit mehr als 30 Schnittstellen zu externen Channels und weiteren Anbindungen im Meta-Bereich derzeit die volle Bandbreite für den deutschen Markt. Unter unseren Partnern sind sowohl leisure-orientierte Plattformen als auch Corporate-Portale und GDS-Systeme, zudem gibt es Portale, die sich auf Langzeitaufenthalte spezialisiert haben, oder solche, die in speziellen Ländern und Märkten besonders stark sind. Die Kosten bleiben dabei für DIRS21-Kunden überschaubar: Denn unsere Lösungen sind modular beziehbar. Hoteliers können über unseren Channelmanager neue Kanäle und Schnittstellen flexibel für eine kleine Gebühr hinzufügen und bei Bedarf auch wieder kündigen.

## Bildmaterial:

- Dashboard im DIRS21 Cockpit: Hier sieht der Hotelier auf einen Blick, wie sein Hotel im vergangenen Monat performt hat und über welche Kanäle wie viele Buchungen gekommen sind (Foto: DIRS21)
- Interviewpartner Benedikt Räther, Head of Customer Success bei 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](http://www.dirs21.de)).

## Pressekontakt:

David Heidelberg / Denise Krug  
TourOnline AG  
Borsigstraße 26  
73249 Wernau

eMail: [presse@dirs21.de](mailto:presse@dirs21.de)  
Telefon: +49 7153 9250 0