

VISIT US AT  
THE TRADE  
SHOW:  
IGEHO, BASEL

18. - 22.11.2017  
Hall 1.1 / B1 53

# HotelPartner®



MIT KOMPETENZ UND TECHNOLOGIE ZUM ERFOLG

🇬🇧 SUCCESS THROUGH EXPERTISE AND TECHNOLOGY | 🇫🇷 AVEC L'EXPERTISE ET LA TECHNOLOGIE POUR LE SUCCÈS

Ausgabe: 02/September 2017 | Auflage 14.700

12,- EUR | 12,50 CHF



## 04 DIE REISE BEGINNT BEI GOOGLE

🇬🇧 The Journey Starts  
at Google

🇫🇷 Les voyages commen-  
cent sur Google



## 08 GREAT BRITAIN PICKS UP SPEED

🇬🇧 Great Britain  
nimmt Fahrt auf

🇫🇷 La Grande-Bretagne  
a le vent en poupe



## 10 UMSATZOPTIMIERUNG DURCH CLEVERE ANALYSEN

🇬🇧 Optimizing Revenue  
With Clever Analyses

🇫🇷 Optimisation du chiffre  
d'affaires par des analyses  
judicieuses

## HotelPartner mit zusätzlichem Yield-Trading-Team

Ergebnisoptimierung durch Nutzung aller Stellschrauben.

From left to right:  
Sergio Carballeda,  
Nils Jansen, Jan Ehlert,  
Lars Meier

Das Angebot an Hotelzimmern erhöht sich gerade in Städten schneller als die Gästezahlen – der Konkurrenzkampf unter den Hotels wächst! Wie etwa in Wien (Motel One, 4 neue Hotels in A-Lage mit insgesamt 1.730 Zimmern) oder Berlin (Motel One, 9 neue Hotels mit 2.977 Zimmern) drängen immer mehr innovative und große Hotelprojekte auf den Markt und erhöhen den Druck in dem weltweit wachsenden Hospitality-Markt.

Druck auf Umsatzzahlen, RevPar und die stereotyp geforderten steigenden Ergebnisse nimmt stetig zu und treibt den Konkurrenzkampf um die besten Belegungen und höchsten Durchschnittsraten weiter an.

Mit der Implementierung eines internationalen Yield Trading Center (Clustered Revenue Management) reagiert HotelPartner Yield Management auf den verstärkten Konkurrenzdruck. Unter der Leitung von Senior Trader Lars Meier ist bereits

Kontakt stehen, zusätzlich durch die Yield Trader unterstützt.

Die Yield Trader haben keinen direkten Kontakt zu den Partnerhotels, sondern kommunizieren ausschließlich mit den Yield Managern, welche dann den Hotelier beraten und relevante Absprachen vornehmen.

So ist sichergestellt, dass die Yield Trader nicht durch E-Mails, Support und Beratungsgespräche



## Online-Buchungen fressen zu viel Zeit

Wie digital muss ein Hotel sein? Warum Digital Natives keine Lust haben, eine Reiseentscheidung selbst zu treffen

Philipp Riederle, geboren am 09.10.1994, ist Entrepreneur, Keynote Speaker und Digital-Experte. Auf diversen Fachkongressen, Medienkonferenzen und Unternehmensveranstaltungen spricht er zu seinen Herzenthemen ‚Social Media‘, ‚Generation Y‘ und ‚Zukunft der Arbeit‘. Dort begeistert er durch Eröffnung neuer Perspektiven für den Umgang mit der ‚Generation Y‘.

**HoPa Magazin (HoPa): Als Digital Native eilt Ihnen der Ruf voraus, dass im Web alles schnell gehen muss, sonst hat der Anbieter keine Chance. Können Sie dies für die Hotellerie präzisieren?**

Philipp Riederle (PR): Wir, die Generation Y, bewegen uns im Netz so, wie sich unsere Großeltern in Reisekatalogen und Kursbüchern der Deutschen Bahn bewegt haben – nur erhalten wir unsere Informationen wesentlich schneller! Wir müssen daher schnell abwägen, was für uns in diesem Moment relevant ist oder nicht und entscheiden dann rasch.

**HoPa: Komplizierte Buchungsanfragen, Vorschläge auf Buchungsportalen und Hotel-Webseiten, wo man aus einem großen Portfolio wählen kann, sind dann wohl nicht das, was Sie suchen?**

PR: Genau, wir wollen anhand unserer Suchkriterien genau die Angebote vorgeschlagen bekommen, welche auf uns zugeschnitten sind. Aktuell ist dies echt ein Chaos, denn es gibt keine ordentlichen Meta-Suchmaschinen, Informationen sind austauschbar, Alleinstellungsmerkmale nicht klar erkennbar.

Die Suchkriterien müssen viel kleingliedriger sein, was heißt, dass die Gruppierungen und die darunterliegenden Einzelpunkte klug überlegt sein müssen.

**HoPa: Was ist Ihr größtes Anliegen an die Hoteliers?**

PR: Meinen geplanten Trip möchte ich gerne ganz detailliert in eine Suchmaske eingeben können und am Ende wird genau meine Traumdestination, mit ein oder zwei Alternativen, vorgeschlagen. Das kann gerne so weit gehen, dass ich bei einer Urlaubs-Buchung einen ganzen Tagesaktivitätsplan angezeigt bekomme. Wichtig ist die Einfachheit und Schnelligkeit beim Buchungsprozess.

**HoPa: Welche Kommunikation erwarten Sie bis zu Ihrem Check-in?**

PR: Das Hotel kann mir sehr gerne gezielte, an meinen geplanten Aufenthalt angepasste Informationen und Zusatzleistungen anbieten – aber bitte kein „volles Körbchen“, aus dem ich dann auswählen soll! Vor Ort freue ich mich, besonders bei einem Freizeitaufenthalt, über eine persönliche Ansprache – sonst könnte ich ja auch bei Airbnb buchen.

**HoPa: Und im Hotel selbst – was ist Ihnen dort besonders wichtig?**

PR: W-LAN und authentischer, dem Haus angepasster Service, gute Lichtverhältnisse – ich möchte mich einfach willkommen und wohl fühlen.



Foto: Philipp Riederle

**HoPa: Was möchten Sie der Branche mit auf den Weg geben?**

PR: Wir sind definitiv nicht die Generation ‚Weichei‘. Wir wollen gestalten, verändern und auf Augenhöhe kommunizieren. Wir sind ehrgeizig, suchen sinnvolle Herausforderungen und wollen uns für unsere Arbeit begeistern können. Wir haben riesiges innovatives Potenzial. Nutzt das!



Philipp Riederle, born on October 9, 1994, is an entrepreneur, keynote speaker and digital expert. He speaks about his key topics 'social media', 'generation Y' and 'the future of work' at various technical and media conferences and company events. He has achieved great acclaim by showing new perspectives on how to handle 'generation Y'.

**HoPa Magazine (HoPa): As a digital native, you have the reputation that everything on the Internet must happen quickly, otherwise providers have no chance. Can you go into detail for the hotel business?**

Philipp Riederle (PR): We, generation Y, move on the Internet the way our grandparents moved in the travel catalogues and timetables for the German railway – except that we get our information much faster! This means we have to decide quickly what is relevant or not at that moment and make a fast decision.

**HoPa: So, complicated booking queries, suggestions on booking portals and hotel websites where you can choose from a large portfolio are probably not what you're looking for?**

PR: Exactly – based on our search criteria, we want to get suggestions for precisely the offers that are tailored for us. This is really chaotic at the moment,

since there are no good meta-search engines; information is interchangeable and the unique selling points aren't clearly recognizable.

The search criteria must be much more finely structured, which means that the groupings and underlying individual points have to be well thought out.

**HoPa: What is your top request to hotel operators?**

PR: I'd like to be able to enter my planned trip into a search engine in great detail and get a precise suggestion for my dream destination with one or two alternatives in the end. Preferably this would go so far that when I book my vacation, I'm shown the entire activity schedule for the day. The simplicity and speed of the booking process are important.

**HoPa: What kind of communication do you expect before you check in?**

PR: The hotel can gladly offer me targeted information and additional services customized for my planned stay – but please, no "full basket" that I have to choose from! When I'm there, especially when on vacation, I'm pleased when I'm addressed personally – otherwise I might as well book on Airbnb.

**HoPa: And in the hotel itself – what do you particularly care about there?**

PR: W-LAN and authentic service that fits the company, good lighting – I just want to feel welcome and well.

**HoPa: What would you like to share with the industry?**

PR: We're definitely not a generation of sissies. We want to design, change, and communicate on an equal footing. We're ambitious, looking for meaningful challenges and we want to be excited by our work. We have huge innovative potential. Use it!

**P**hilipp Riederle, né le 09/10/1994, est entrepreneur, orateur principal et expert en numérique. Lors de divers congrès professionnels, de conférences pour les médias et de manifestations d'entreprises, il s'exprime sur ses thèmes favoris : médias sociaux, génération Y et « l'avenir du travail ». Il y suscite l'enthousiasme en ouvrant des perspectives nouvelles quant à la manière de traiter la génération Y.

**HoPa Magazin (HoPa) : En tant que « digital native », vous avez la réputation d'affirmer que tout doit aller vite sur le Web, sinon un fournisseur n'a aucune chance de succès. Pouvez-vous préciser votre pensée dans le contexte de l'hôtellerie ?**

Philipp Riederle (PR) : Nous, la génération Y, nous nous déplaçons sur le Net de la même façon que nos grands-parents se déplaçaient dans les catalogues de voyage et les indicateurs officiels de la Deutsche Bahn. La seule différence est que nous obtenons nos informations nettement plus vite ! C'est pourquoi nous devons réfléchir plus rapidement à ce qui est pertinent ou pas à ce moment-là et ensuite nous devons nous décider rapidement.

**HoPa : Des demandes de réservations complexes, des propositions faites sur des portails de réservation et des sites web hôteliers où on peut choisir au sein d'un grand portefeuille ... est-ce que ce n'est donc pas cela que vous cherchez ?**

PR : Exactement : à l'aide de nos critères de recherche, nous voulons qu'on nous ne propose rien d'autre que les offres qui sont taillées sur mesure pour nous. Actuellement, c'est vraiment le chaos, car il n'existe pas de méta-moteurs de recherche dignes de ce nom, les informations sont interchangeables, les critères de recherche doivent être structurés en unités beaucoup plus petites, ce qui signifie qu'il faut réfléchir intelligemment aux regroupements à faire et aux points individuels sous-jacents.

**HoPa : Quelle est la plus grande requête que vous adressez aux hôteliers ?**

PR : J'aimerais pouvoir saisir de manière très détaillée dans un masque de recherche le voyage que je prévois de faire, et au final, on me propose exactement ma destination de rêve, avec une ou deux alternatives. Cela peut même aller jusqu'au point où on m'affiche tout un planning d'activités quotidiennes lors d'une réservation de vacances. Ce qui importe, c'est la simplicité et la rapidité du processus de réservation.

**HoPa : À quelle forme de communication vous attendez-vous jusqu'à votre check-in à l'hôtel ?**

PR : L'hôtel peut me proposer si possible des informations et des prestations complémentaires qui soient adaptées au séjour que je prévois de faire. Mais de grâce : ne me proposez pas un « panier rempli à ras bord » dans lequel je dois ensuite faire mon choix ! Sur place, lors d'un séjour de loisirs, j'apprécie tout particulièrement qu'on s'adresse à moi tout personnellement : autrement je pourrais aussi faire une réservation chez Airbnb.

**HoPa : Et dans l'hôtel lui-même : qu'est-ce qui est particulièrement important pour vous ?**

PR : Le wi-fi et un service authentique, adapté à l'établissement en question, de bonnes conditions de lumière ... j'aimerais simplement me sentir à l'aise et accueilli à bras ouverts.

**HoPa : Quels conseils souhaitez-vous donner aux acteurs de la branche pour les accompagner ?**

PR : Nous ne sommes certainement pas la génération des mauviettes. Nous avons envie de structurer, de contribuer au changement et de communiquer d'égal à égal. Nous sommes ambitieux, nous cherchons à relever des défis qui ont du sens et nous voulons pouvoir nous enthousiasmer pour notre travail. Nous avons un immense potentiel d'innovation. Alors profitez-en !



**WEITERE FRAGEN?**

**FURTHER QUESTIONS?  
D'AUTRES QUESTIONS ?**

**PHILIPP RIEDERLE**



Philipp Riederle  
Ostpreußenstr. 19  
D-89331 Burgau  
Deutschland



+49 172 870 9440



pr@philippriederle.de



www.philippriederle.de