

Auszug aus dem Fachbuch:

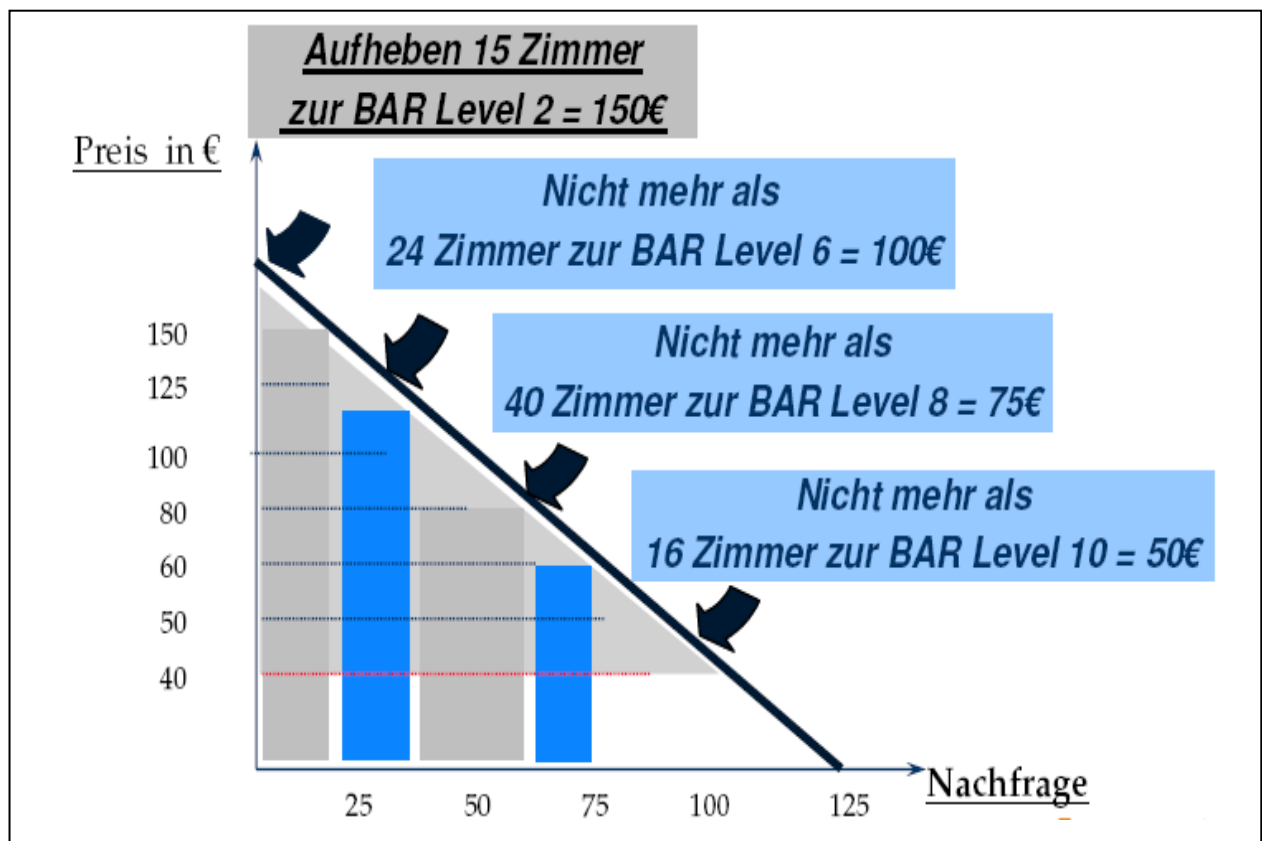
Marc Sölter

(marc-soelter@t-online.de=

Pricing in der Hotellerie

(Von fixen Zimmerraten zum Dynamic Pricing & der Best Available Rate Strategie)

(erscheint voraussichtlich zum Jahresende 2009)



(Quelle: eigene Darstellung inspiriert durch Winzer 2007)

Mit der flexiblen Best Available Rate kann im Revenue Management & Dynamic Pricing der bestmögliche / ertragsoptimalste Ratenmix erzielt werden. Der Einsatz von Dynamic Pricing bzw. BAR-Raten hilft dem Hotel das Revenue-Potential

ertragsoptimal auszuschöpfen. Bei der Einführung von BAR-Raten gilt generell zu beachten:

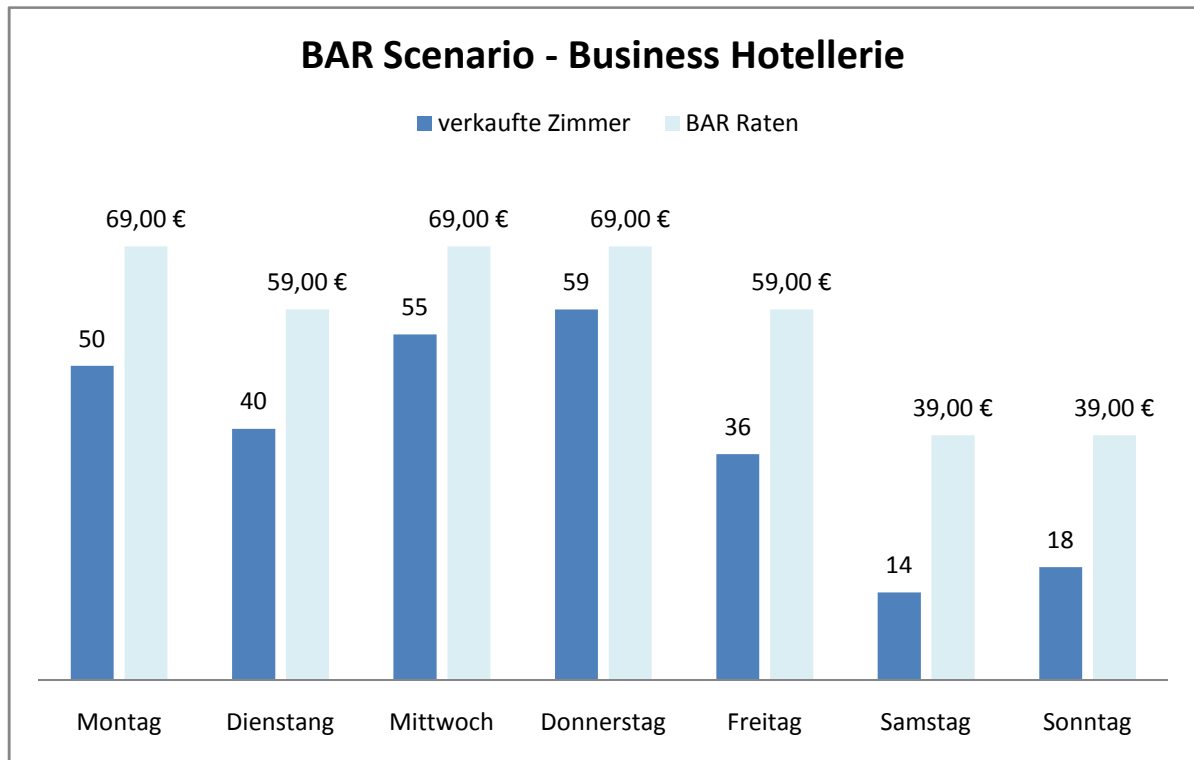
1. Rate sollte über alle Kanäle angeboten werden
2. BAR-Raten sind kommissionsfähig

Wie bereits beschrieben ist die BAR-Rate die sog. Benchmark-Rate, alle anderen Preise wie rabattierte Raten, Consortien- und Firmenvertragspreise kalkulieren sich von dieser Rate aus nach unten. Ändert sich also die BAR aufgrund eines Nachfrageüberhangs, ändern sich automatisch auch alle von ihr abgeleiteten Preise entsprechend, um so eine ehrliche, transparente und faire Preispolitik zu sichern. Hotels versuchen in mehreren Marktsegmenten ihre Erträge zu maximieren, daher können sie es sich gar nicht leisten die Best Available Rate zu erhöhen um so z.B. nur ein Marktsegment zu beeinflussen (Lodrige-Kover 2007). Preiserhöhungen oder –senkungen sind also stets (mehr oder weniger) gerechtfertigt und betreffen dann auch alle Marktsegmente bzw. alle derivaten Raten von der Best Available Rate.

BAR Scenarios – Wie die Nachfrage den Preis beeinflusst

BAR Scenario 1

In diesem Beispiel soll die Preisgestaltung mit der flexiblen Best Available Rate für ein Business Hotel mit 80 Hotelzimmern dargestellt werden. Das Hotel arbeitet mit sieben (BAR) Preisleveln, der Unterschied je Preislevel beträgt 10€. Zwischen dem günstigsten Level (29€) und dem höchsten Level (89€) liegt also ein Preisunterschied von 60€.

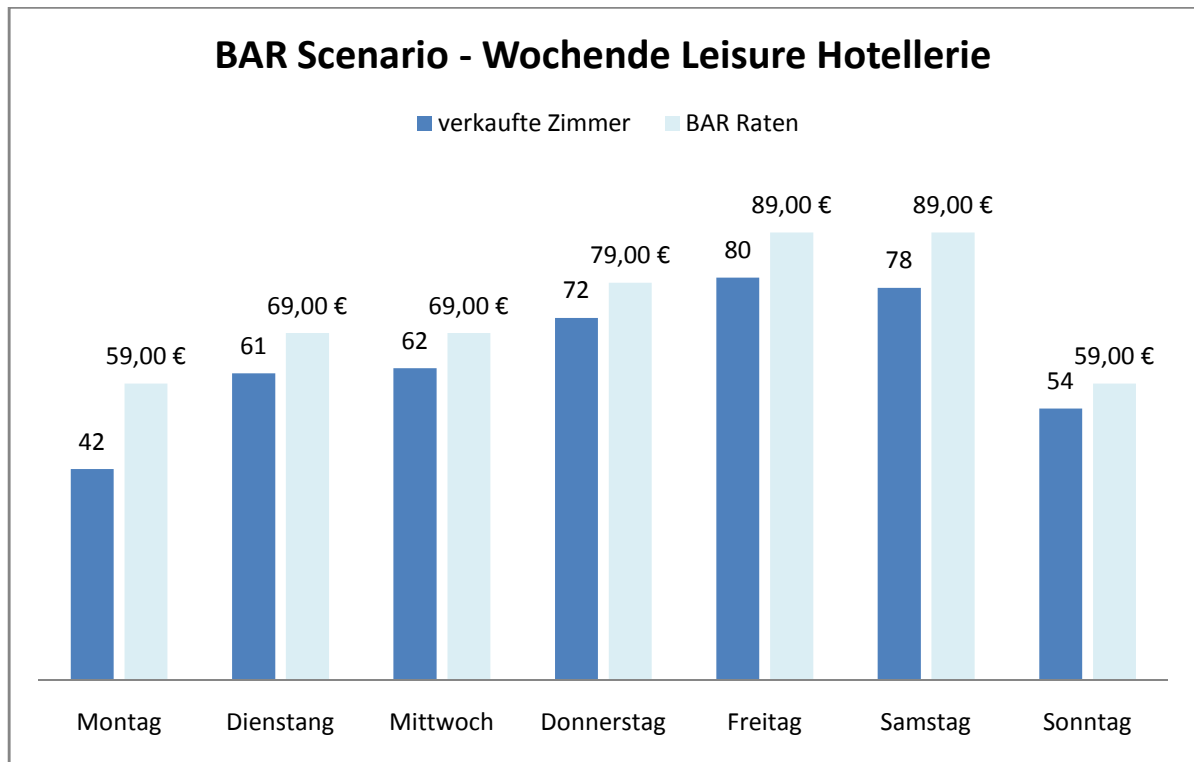


An den normalen Wochentage ist das Hotel mittelmäßig mit Business-Gästen ausgelastet. Das Wochenende ist nur sehr schlecht durch Leisure-Gäste frequentiert, dementsprechend sind die Raten auch niedriger als unter der Woche. Es gibt aber mit Sicherheit auch Tage an denen das Wochenende stark nachgefragt wird (Gruppenanfrage, Feiern, Veranstaltungen), durch dynamische Preise können die Raten in diesem Fall problemlos gesteigert werden.

Der Vorteil einer flexiblen Preisgestaltung ist offensichtlich, ändert sich die Belegungssituation, können die Preise der Auslastung entsprechend dynamisch angepasst werden. In Business Hotels sind im Regelfall, die Preise unter der Woche höher als an den Wochenende, da die Hauptzielgruppe dieser Hotels gewöhnlich im Zeitraum von Dienstag – Donnerstag übernachtet.

BAR Scenario 2

In diesem Beispiel wird die Preisgestaltung eines Ferienhotels, mit der Best Available Rate Strategie beschrieben. Die Voraussetzungen sind die gleichen wie im ersten Beispiel: Hotel mit 80 Zimmern, 7 BAR Preislevel von 29,00€ bis 89 00€.



In diesem Ferienhotel ist Belegung von Dienstag bis Samstag als gut, allerdings verbesserungswürdig einzustufen. Am Wochenende ist das Hotel fast ausgebucht und laut Forecast wird mit einer sehr starken Nachfrage gerechnet. Die Best Available Rate ist deshalb Freitag und Samstag auf ihrem höchsten Level. Die Tage Sonntag und Montag werden meist nicht sehr stark nachgefragt. Durch senken der BAR in Kombination mit Arrangements, kann daher versucht werden auch an diesen Tagen die Auslastung zu steigern. Für die zwei noch verfügbaren Zimmer am Samstag, könnte z.B. ein Minimum Stay von zwei Tagen gesetzt werden, d.h. die Zimmer können nur von Samstag bis Montag gebucht werden. Durch diesen Vorgehen kann auch die Auslastung und zudem der Ertrag für den Sonntag optimiert werden.

Durch Anwendung der BAR Strategy können Ferienhotels an stark ausgelasteten Tagen ihre Preise erhöhen und durch günstigere BAR Preise je nach Länge der Aufenthaltsdauer, die Auslastung signifikant steigern.

Welche Bedeutung hat nun die BAR im Dynamic Pricing?

- Best Available Rate = bestmögliche (dynamische) Tagesrate pro Zimmerkategorie
- Best Available Rate = flexible und dynamische Tagesrate – richtet sich nach Auslastung des Hotels bzw. bestimmen Angebot & Nachfrage die Höhe der BAR = nachfragegerechter Zimmerpreis
- Die Best Available Rate dient zum Aufbau der gesamten Ratenstruktur innerhalb des Dynamic Pricing
- Die Best Available Rate ersetzt alle öffentlichen Raten (RAC, CORP, WKD), und ist von jedermann auch ohne Vertrag buchbar
- Jede Firmen- oder Promotion-Rate wird in Abhängigkeit von der BAR gebildet (Corporate Rates, Promotional Rates, Weekend Rates, Package Rates = derivate = Raten)
- Das BAR-Pricing ist transparenter und vor allem auch einfach verständlich als die bisherigen Preismodelle der Hotellerie. Durch die BAR innerhalb des Dynamic Pricing, wird die Preispolitik & der Buchungsprozess vereinfacht.
- Nur noch eine öffentliche Rate, die zudem über alle Vertriebskanäle identisch ist.

Die Best Available Rate dient im Revenue Management & Dynamic Pricing als Ausgangs- / Leitrate zum Aufbau einer flexiblen und dynamischen Preisstruktur.

Anmerkung:

Auch das Konzept der „Best Available Rates“ ist nicht frei von Kritik. ***A best available rate represents what is best for the hotel not the client, said Burns. "BAR means the right rate [for the hotel] in the right channel for the right duration*** (Taylor 08).