

REVENUE MANAGEMENT /  
DYNAMIC PRICING  
IN DER HOTELLERIE

**Marc Sölter**

# Vorwort



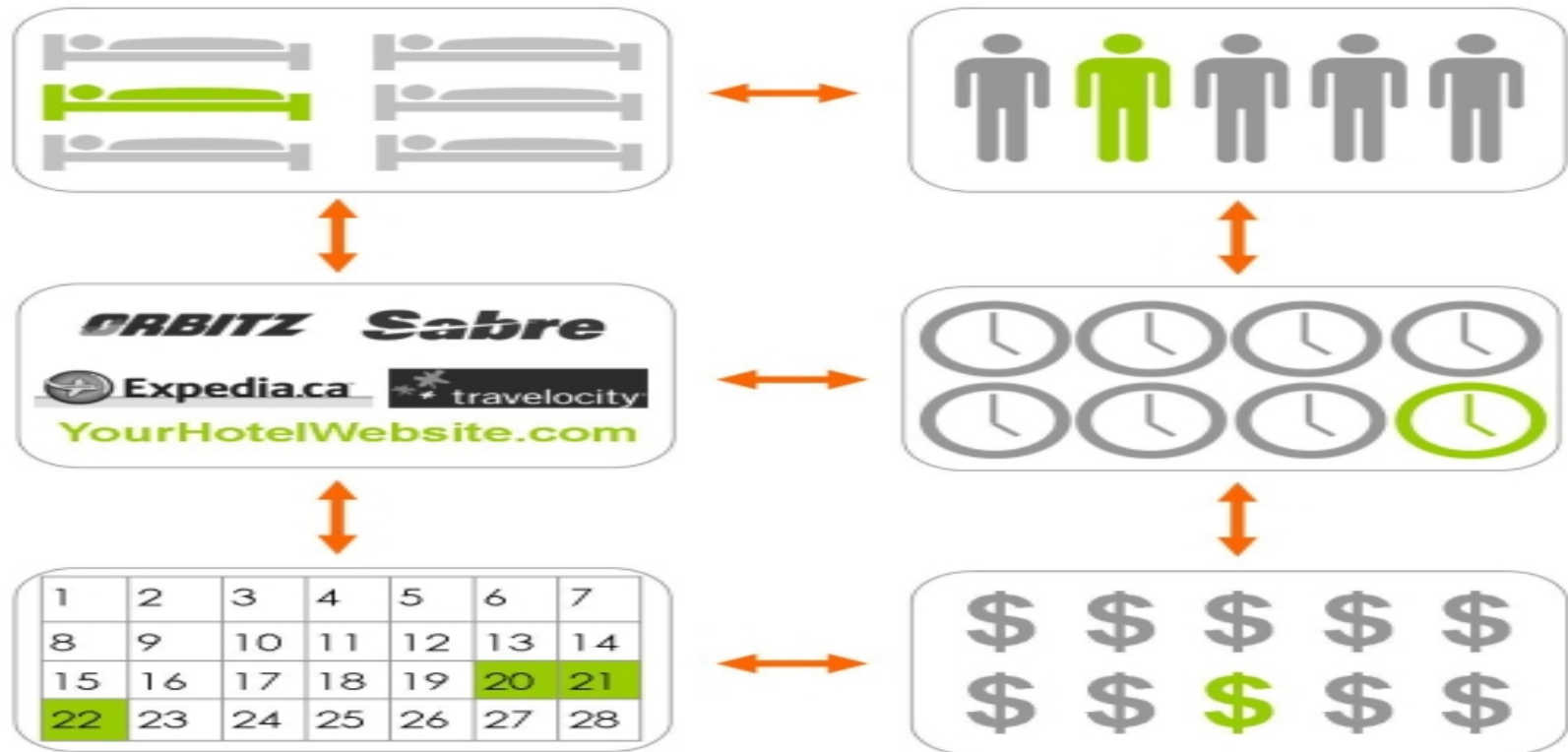
Dies ist ein Auszug aus der Präsentation „Revenue Management und Dynamic Pricing in der Hotellerie“ die Inhalte der Präsentation basieren im wesentlichen auf dem Buch:

Marc Sölter: Pricing in der Hotellerie - Grundlagen –  
Preisdifferenzierung –Revenue Management - Dynamic Pricing &  
Best Available Rate Strategie – erscheint Ende 2010

andere verwendete Literatur wird extra zitiert.

# Hotel Revenue Management

## Hotel Revenue Management



Hotel Revenue Management means selling the **right room** to the **right customer** at the **right time** for the **right price** for the **right length of stay** from the **right distribution source**. (Bonnie Buckhiester)

# Ratenparität

Strategie eines Hotels, bei der die **gleiche Rate** zu **gleichen Konditionen** für eine bestimmte Zimmerkategorie in allen Distributionskanälen angeboten wird.

- Gleicher Preis in allen Distributionssysteme / Kanälen
- Vergleichbarkeit Online und Offline durch Raten- und Preistransparenz
- Ziel: Integrität, Transparenz, Klarheit, Fairness

# BAR – Best Available Rate

**Best  
Available  
Rate!**



**BAR is the best rate available to the public, at the time of booking, on any distribution channel, for a specific room type and a specific date.**

**Die Best Available Rate ist der zum Zeitpunkt der Buchung bestmögliche, voll flexible (ohne Buchungsrestriktionen oder Buchungsbedingungen) Preis pro Zimmertyp, der vom Kunden über verschiedene Vertriebskanäle gebucht werden kann**

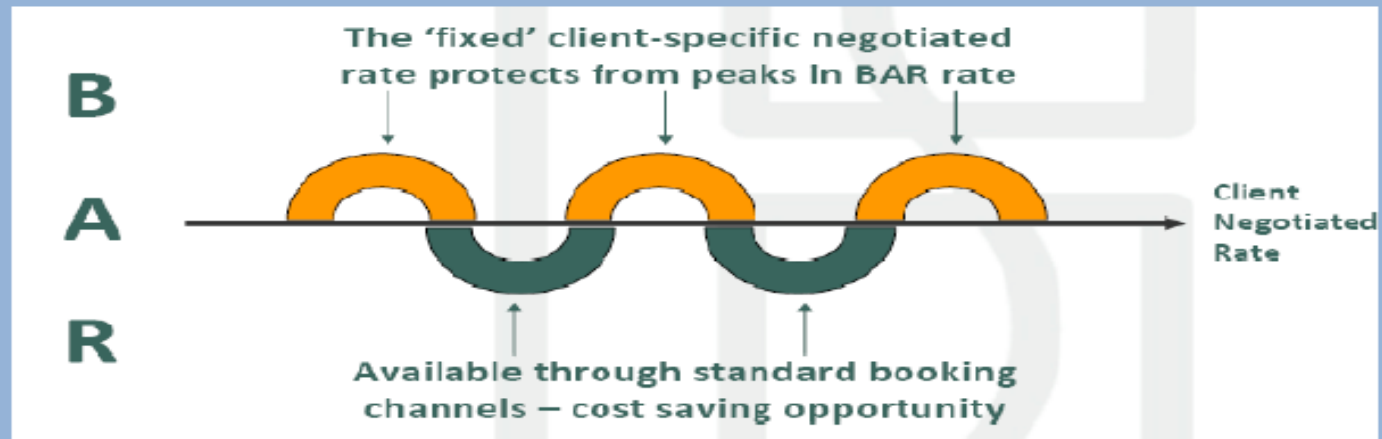
# B A R – Best Available Rate

## A word about BAR

### *Best Available Rate*

- A single „best rate“ for each day for each unqualified marked segments
- Reflects the “optimum differential” between each of those segment rates, to avoid quoting numerous unqualified rates for a given date

(Burns, John 2007)



(Squires, Jean – Hotelscene UK 2008)

# BAR – Best Available Rate

- Best Available Rate = bestmögliche Tagesrate pro Zimmer
- Best Available Rate = einzige voll flexible / restriktionsfreie Rate (im Gegensatz zu
- Best Available Rate = zum Buchungszeitpunkt angemessene Preis für ein Hotelzimmer / einen Zimmertyp
- Richtet sich nach Ihrer Auslastung
- Ersetzt alle öffentlichen Raten (RAC, Corp, PRO, WKD, etc.)
- Ist ohne Vertrag für jedermann buchbar
- Ist in allen Vertriebskanälen identisch

Die BAR-Preisgestaltung der Hotels ermöglicht dem Kunden eine flexible und preisgünstige Hotelbuchung je nach Saison und Verfügbarkeit!

# Strategie des B A R - Konzepts

Es gibt nur noch einen flexiblen / bedingungslosen  
Preistyp ohne Verkaufsbedingungen:

- Je mehr Buchungsflexibilität desto höher der Preis und desto weniger Preisflexibilität
- **Fairness / Sicherheit** – Jeder Gast erhält auf allen Kanälen den gleichen Preis
- **Klarheit / Transparenz**: Logische Preisunterschiede pro Zimmerkategorie, nur noch wenige Raten mehr Übersicht

Die BAR ist flexibel und dynamisch, der Preis richtet sich nach Angebot und Nachfrage = marktorientiertes Pricing



# Best Preisgarantie



- Hotellerie hatte die Kontrolle über die Preispolitik verloren
- Unterschiedliche Preise in den Kanälen
- Wenig Direktbuchungen daher hohe Distributionskosten
- Kunde wurde regelrecht dazu angeregt Preisvergleiche durchzuführen
- Kunde wurde zum Spätbucher erzogen, da er sich so gut wie immer darauf verlassen konnte einen günstigen Preis je näher das Anreisedatum rückte zu finden
- Kunden entwickeln eine regelrechte Intoleranz gegenüber ungleichen Informationen – Preis, Rate, Verfügbarkeit – und reagieren mit Buchungen bei Portalen oder der Konkurrenz

# Best Preisgarantie



Um die Preisgestaltung kundenfreundlicher und vor allem transparent und nachvollziehbar zu gestalten, entschlossen sich Anfang des Jahres 2004 immer mehr Hotelketten dazu, Best-Preis-Garantien anzubieten. Zu den ersten Hotelketten / -kooperationen zählten:

- Best Western seit 1. April 2004 „Online Low Rate Guarantee“: wer im Internet eine günstigere Rate findet als unter [www.bestwestern.com](http://www.bestwestern.com), erhält diesen günstigeren Preis und 10% Rabatt
- Marriott seit Anfang 2004 „Best Price Guarantee“ nicht nur für das World Wide Web sondern auch für die Buchung über Reisebüros und Hotline, „Schadenersatz“ 25%
- Hilton International seit Februar 2004 „Our best rate. Guaranteed“, wenn der Gast innerhalb von 24 Std. einen besseren Preis entdeckt, erhält er 50 Dollar Schadenersatz

# Best Preisgarantie



Preisgarantien sind ein probates Mittel um die Kunden von den Händler-Seiten auf die eigene Website zu locken, die Provisionszahlungen zu umgehen und einen insgesamt höheren Logisertrag, pro direkt verkauftem Zimmer zu erzielen. Preisgarantien in der Hotellerie = Ratenparität auf den Vertriebskanälen, und hierdurch die Möglichkeit, Volumen aus anderen Distributionskanälen zurückzugewinnen. Mit den Preisgarantien der Hotels, soll die Präferenz für den Buchungsweg „Internet“ d.h. die Direktbuchung gefördert werden. Einer der Hauptgründe für die Einführung von Best-Preisgarantien, war vor allem das veränderte Such- und Buchverhalten der Kunden.

# Best Preisgarantie



## Ziele

- Dem Kunden sollen Preisvergleiche erspart werden
- Mehr Direktbuchungen erzielen
- Kunde soll von den Vertriebspartner auf die hoteleigene Website gezogen werden
- Glaubwürdigkeit durch Kundenvertrauen
- Fairness
- Preissicherheit
- Aufbau von Markenloyalität und Kundenbindung
- Verbesserung der Erträge

# Best Preisgarantie



## Beispiel:

Wenn Sie innerhalb von 24 Stunden nach der Buchung eines Suitehotel Hotels über die Website [www.suitehotel.com](http://www.suitehotel.com) auf einer anderen Website ein gleichwertiges Angebot für das selbe Hotel zu einem günstigeren Tarif finden (exklusive Kurtaxen, jedoch inklusive Buchungsgebühren), bestätigen wir Ihnen diesen günstigeren Tarif **abzüglich einer Ermäßigung von 10 % auf diesen Tarif.**

# Best Preisgarantie



## Auswirkungen auf der Ertragsseite

### Kunde bucht über Wholesaler

Hotel Whole Saler	Mark UP	Zimmerpreis für den Hotelkunden	Hotel Yield
Netto Rate	20 %		
<b>100€</b>	<b>+ 20€</b>	<b>120€</b>	<b>100€</b>

### Best Preis Garantie

Gefundene Rate	Nachlass auf diese Rate	Hotel Yield
	-10%	
<b>120€</b>	<b>- 12€</b>	<b>108€</b>

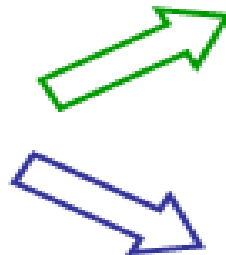
# Best Preisgarantie



*Agents: Marriott's Best Available Rate is EASY!*

## Example:

Agent Enters  
Rate Code



*BEFORE...*

Agent must scroll through many rates to find the "Best Available Rate"

*AFTER...*

Agent receives a simplified display showing:

- 1) The "Best Available Rate" for each type of room. *then...*
- 2) Advance Purchase Rates
- 3) Packages
- 4) Other Rates, if applicable (AAA, AARP, etc)

### Benefits:

- No need to scroll through many rates to find the Best Available
- Simplified Rate Display reduces talk time
- Improves Customer Service by reducing errors in quoting the lowest rate

### Benefits:

- No change to Agent process
- No additional training required
- Works for both City-Wide & Single-Property searches

# Best Preisgarantie



## Marriott® Best Rate Guarantees Competitive Comparison Summary

### Hilton

- Compares any Hilton channel or GDS to external channels ONLY (not Hilton channels)
- Must submit claim 72 hours before check in
- Match lower rate plus \$50 AMEX gift cheque or \$50 adjustment (outside N.A.)

### Starwood

- Compares Starwood Hotel website rates ONLY to external internet channels ONLY
- 48 hour claim response to customer
- Match lower rate plus 10% discount or 2,000 Starpoints

### Hyatt

- Compares Hyatt.com rates ONLY to external internet channels ONLY
- Must call to submit claim
- Match lower rate plus 20% discount

### Choice

- Compares Choice Hotel website rates ONLY to external internet channels ONLY
- Must submit claim 72 hours before check in
- Match lower rate plus 10% discount

### Intercontinental

- Compares Intercontinental Hotel website rates ONLY to external internet channels ONLY
- Must submit claim within 24 hours of booking
- 4 business hours claim response to customer
- Match lower rate plus 10% discount

### Marriott

- Flexible...compares ANY Marriott channel to ANY external channel OR Marriott channel
- Most customer-friendly with claims submission and response process - multiple ways to submit claims, submit claim 24 hours before check in, 24 hour response to customer)
- Match lower rate plus 25% discount

### Cendant

- Compares Cendant Hotel website "Best Available Rates" to external internet channels ONLY
- Must submit claim 72 hours before check in
- Beginning May 1<sup>st</sup> "Best Rate or It's Free" for first night of stay

### Wyndham

- Compares Wyndham webrates (participating hotels ONLY) on Wyndham.com to external internet channels ONLY
- Must submit claim 72 hours before check in
- 48 hour claim response to customer
- Match lower rate plus 1<sup>st</sup> night free (note: webrates are non-refundable)



# Best Preisgarantie



Die Preisgarantien der Hotelketten unterscheiden sich teilweise erheblich. Der eine „best price“ gilt nicht für Gruppen, der andere nur bei entsprechender Vorausbuchung, bei der einen Kette kann er eine Promotion oder Firmenrate sein, bei der anderen der aktuell verfügbare Preis.

**Best Preisgarantien z.B. nur wenn Kunde über die direkten Vertriebskanäle bucht**

**Einige Hotels erweitern diese Garantien auch auf indirekte Distributionskanäle**



# B A R im Revenue Management

- Die flexible BAR wird dynamisch und tagesaktuell der Nachfrage angepasst
- BAR richtet sich nach der Auslastung im Hotel
- An ihr „verankern“ sich Sonderraten, die an strenge Verkaufsbedingungen / Restriktionen geknüpft sind
- Weekend Specials
- Advance Purchase
- No Refund oder Vorauszahlungsraten
- Dynamische Firmen- und Reismittler - Raten

# B A R im Revenue Management

