

Lindner Hotels & Resorts

NICHT NUR BESSER. ANDERS.

Lindner geht wichtigen Schritt bei der Digitalisierung des MICE-Geschäfts

Im Bereich digitaler Lösungen bei der Buchung von Veranstaltungen zählen die Lindner Hotels & Resorts zu den Vorreitern. Mit der Implementierung der neuen Tagungssoftware für den Direktvertrieb auf www.lindner.de können Kunden nun in Echtzeit Preise und Verfügbarkeiten abfragen und Veranstaltungen online buchen.

Düsseldorf, 03. Mai 2017. In drei einfachen Schritten können Kunden der Lindner Hotels mit meeton.lindner.de ab sofort ihre Veranstaltungen inklusive Hotelzimmern für bis zu 29 Personen direkt online buchen. Nach einer Suchabfrage der gewünschten Eckdaten wie Datum, Ort und Anzahl der Gäste erhalten sie mit der Live-Datenbank einen direkten Überblick über die zur Verfügung stehenden Veranstaltungsräume der Lindner Hotels. Mit einer Filterfunktion können dann Ausstattung, Verpflegung und Übernachtungen hinzugefügt und die damit verbundenen Kosten überprüft werden. Im Anschluss können die Kunden die verfügbaren Hotels direkt buchen oder das Angebot alternativ per E-Mail versenden, um beispielsweise die Kosten vor der Buchung intern freigeben zu lassen. Meeton.lindner.de automatisiert und beschleunigt ehemals manuelle Buchungsprozesse und trägt so dem wachsenden Trend des Online-Shoppings Rechnung.

Die digitale Revolution des MICE-Buchungsprozesses

Mit der Implementierung der MICE Buchungsmaschine auf der eigenen Website geht Lindner nun einen wichtigen Schritt, um den Live-Buchungsprozess für die 15 deutschen Lindner Hotels mit MICE-Ausrichtung zu etablieren. Schwerpunkt sind dabei kleine, standardisierte Veranstaltungen mit einer Dauer von ein bis drei Tagen und bis zu 29 Personen. Alexandra Weber, Sales Director MICE / Key Accounts der Lindner Hotels AG, freut sich, dass dank dieser neuen digitalen Lösung nun ein Weg entwickelt wurde, einen Teil solcher kleineren Veranstaltungen effizienter zu gestalten. Denn die manuelle Buchung per Telefon, Fax oder

E-Mail ist häufig mit vielen operativen Schritten und internen Abstimmungen verbunden und dadurch oft genauso arbeitsintensiv und zeitaufwändig wie die Organisation von Großveranstaltungen.

Die Entwicklung der MICE Buchungsmaschine

Bereits seit zwei Jahren treibt Alexandra Weber gemeinsam mit Technologiepartnern die Entwicklung der neuen Buchungsmaschine für Veranstaltungen voran. In dieser Zeit konnten die Anforderungen der Hotels in den Buchungsprozess integriert werden. Die manuelle Pflege der Verfügbarkeiten durch eine direkte Schnittstelle zu Opera zu ersetzen, war ein wichtiger Schritt, um Fehlerquellen zu verringern und den Prozess zu beschleunigen.

„Die Herausforderung für uns war und ist, die Erfahrungswerte der Kollegen in den Hotels in konkrete programmierbare Regeln für die verschiedenen Veranstaltungsräumlichkeiten zu übersetzen“, erklärt Alexandra Weber. Denn es müssen beispielsweise der Mindestumsatz und die damit verbundene Mindestdauer für die Buchung eines bestimmten Tagungsraums hinterlegt sein, damit diese Bedingungen bei der digitalen Lösung berücksichtigt werden. Der Vorteil besteht nicht nur darin, dass sich die Kunden nun - wie bei der Online-Buchung von Reisen bereits seit langem üblich - selbst ein passendes Angebot zusammenstellen und etwaige Änderungen eigenhändig vornehmen können. Von ebenso großer Bedeutung ist, dass nun jeder Hotelmitarbeiter dem Kunden innerhalb weniger Sekunden eine verbindliche Preisauskunft geben kann, indem er die Anfrage im Tool evaluiert. Für Termine, zu denen das Wunschhotel bereits ausgebucht ist, wird sofort ein alternatives Lindner Hotel angezeigt und so auch das Cross Selling innerhalb der Lindner Hotels optimiert.

Die Möglichkeit, sich von Alexandra Weber persönlich die Vorteile der neuen MICE Buchungsmaschine zeigen zu lassen, gibt es vom 16. - 18. Mai auf der IMEX in Frankfurt am Deutschland Stand in Halle 8, Stand F100.

Lindner Hotels AG

Zum Portfolio der familiengeführten Hotel-Gruppe (1.980 Mitarbeiter; 190 Millionen Euro Umsatz in 2016) gehören insgesamt 37 Hotels in sieben europäischen Ländern. Sie zählt damit zu den führenden deutschen

Hotelgesellschaften. Neben 20 Lindner Hotels in Großstädten, 11 hochwertigen Spa- und Sport-Resorts (eins davon in Planung) und einem Ferienpark zählen fünf Hotels der Marke me and all dazu (vier davon im Bau). Einige Lindner Hotels & Resorts wurden aus schwierigen wirtschaftlichen Situationen übernommen und erfolgreich neu positioniert. Seit kurzem ergänzen Franchise-Betriebe das Angebot und bieten wie die bestehenden Häuser individuelle Urlaubskonzepte, hohe Qualitätsstandards und innovative Spa-Angebote. Die besonderen Hotelkonzepte von Otto Lindner, der das Unternehmen in zweiter Generation führt, erhielten zahlreiche Auszeichnungen: Das Lindner Park-Hotel Hagenbeck in Hamburg wurde zur „Hotelimmobilie des Jahres“ gekürt, Otto Lindner selbst wurde „Hotelier des Jahres“ und Geschäftsreisende wählten Lindner bei den Business Traveller Awards 2014 auf Platz zwei als „Beste Hotelgruppe für Geschäftsreisende in Deutschland“. Im Human-Resources-Bereich gewann Lindner schon zum dritten Mal den Hospitality HR Award sowie den zweiten Platz in der Studie „Die besten Arbeitgeber Deutschlands“ als mittelständisches Tourismus-Unternehmen.

Bildmotive zum Download unter www.lindner.de/bilder

Für den kleinen Nachrichtenhunger: twitter.com/lindner_hotels

Wer mehr sehen will: instagram.com/lindnerhotels

Neuigkeiten gibt es auch auf facebook.com/LindnerHotels

Unternehmenskommunikation Lindner Hotels & Resorts:

Catherine Bouchon (Director Public Relations)

Fon: +49 211 5997 1133

Mail: catherine.bouchon@lindner.de

Linda Böke (Junior Manager Public Relations)

Fon: +49 211 5997 1134

Mail: linda.boeke@lindner.de

Emanuel-Leutze-Str. 20

40547 Düsseldorf