

Lindner Hotels & Resorts

NICHT NUR BESSER. ANDERS.

Lindner Hotels setzen auf Revenue Management bei Meetings und Events

Für eine Steigerung der Belegung und des Umsatzes im Tagungs- und Veranstaltungsbereich sorgt das neue M&E Revenue Management. Im Logisbereich längst Tagesgeschäft, werden nun auch für die Tagungsräume der Lindner Hotels Demand-Kalender und strategisches Pricing genutzt. Die Total-Revenue-Strategie ist ein weiterer Schritt der Digitalisierung der Hotelgruppe.

Düsseldorf, 07. November 2019. Über 100 Veranstaltungsräume mit einer Gesamt-Eventfläche von rund 9.000 qm werden in den 13 Lindner Hotels mit Tagungsschwerpunkt ab sofort über das M&E Revenue Management vermarktet. Durch die statistische und tagesaktuelle Analyse der Nachfrage und aktuellen Performance konnten die Arbeitsprozesse deutlich optimiert und Kennzahlen definiert werden, an denen die Häuser und ihre Entwicklung gemessen werden. „Dadurch, dass wir unseren Demand nun besser im Blick haben, können wir unsere Angebote idealer an den Bedarf unserer Kunden anpassen und den Eventbereich sowie unsere Zimmer insgesamt effizienter verkaufen und umsatzsteigernd arbeiten“, erklärt Corporate Revenue Manager Monika Sand die Vorteile. Bei den drei Pilot-hotels, die nun bereits auf zwölf Monate Erfahrung zurückblicken, zeigen sich bereits deutliche Erfolge, berichtet sie: „Die Conversion für die Anzahl der Anfragen konnte bereits um über 12 Prozent gesteigert werden, beim Umsatz haben wir sogar eine Steigerung von knapp 34 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielt.“

Vorreiter bei der Demand-Analyse

Herzstück der Analyse ist der Demand-Kalender, aus dem sich Buchungsmuster, sowie optimale Auslastung und RevPASM (Revenue per available m²) ableiten lassen. „Damit haben die Kollegen in den Bankett-Abteilungen nun über ihre Erfahrungswerte und das reine Bauchgefühl hinaus eine solide Datengrundlage, um das lukrativste M&E-Geschäft einzuschätzen und dies auch in Relation zu den tagesaktuellen



Zimmerraten zu setzen“, freut sich Alexandra Weber, Sales Director MICE, dass nun abteilungsübergreifend der beste Umsatz für das Tagungshotel prognostiziert werden kann.

Die 13 Lindner Hotels mit Tagungsschwerpunkt stehen in engem Austausch untereinander sowie mit der Revenue- und Sales-Abteilung der Hauptverwaltung der Lindner Hotels AG, um die Datenanalyse möglichst effizient zu nutzen und Best Practices zu optimaler Auslastung und Pricing-Strategien auszutauschen.

Gert Koolma, Direktor Account Management, EMEA bei IDEaS, dem langjährigen Partner im Bereich Revenue und Business Analysis, betont die Vorreiter-Rolle der Hotelgruppe: „Die Lindner Hotels AG ist mit der Implementierung der IDEaS Smart Space Lösung Vorreiter auf dem europäischen Festland. Nach der erfolgreichen Optimierung des RevPAR mit Hilfe des G3 Revenue Management Systems, ermöglicht Smart Space nun die Total-Revenue-Strategie für einen optimaleren Geschäftsmix sowie mehr Umsatz im Meeting und Eventbereich.“

Lindner Hotels AG

Zum Portfolio der familiengeführten Hotel-Gruppe (1.876 Mitarbeiter; 193 Millionen Euro Umsatz in 2018) gehören insgesamt 35 Hotels in sieben europäischen Ländern. Sie zählt damit zu den führenden deutschen Hotelgesellschaften. Neben 18 Lindner Hotels in Großstädten, acht hochwertigen Spa- und Sport-Resorts (eins davon in Planung) und einem Ferienpark zählen acht Hotels der Marke me and all hotels dazu (sechs davon im Bau). Einige Lindner Hotels & Resorts wurden aus schwierigen wirtschaftlichen Situationen übernommen und erfolgreich neu positioniert. Franchise-Betriebe ergänzen 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 und belegt

jährlich hohe Plätze im Ranking „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 (Senior Manager Public Relations)

Fon: +49 211 5997 1134

rffrMail: linda.boeke@lindner.de

Emanuel-Leutze-Str. 20

40547 Düsseldorf