

# Hotel-Compliance durch ein größeres Hotelangebot steigern



Sie haben bereits viele Gründe gehört, weshalb Ihre Reisenden nicht über Ihr Programm buchen können oder wollen. Laut GBTA sind zwei der Hauptgründe:

- **52 %** meinen, dass Reisende ihr gewünschtes Hotel nicht innerhalb des Hotelprogramms finden.
- **73 %** meinen, dass Reisende glauben, woanders einen besseren Preis zu finden.

Was können Sie tun? Bieten Sie Ihren Reisenden mehr Auswahlmöglichkeiten, so dass sie die *richtige* Wahl treffen können.

## GRUND 1:

*„Ich konnte das gewünschte Hotel nicht finden.“*

NORAM

50%

Erweiterte Abdeckung  
vs. Q1 2016

EMEA

470%

Erweiterte Abdeckung  
vs. Q1 2016

LATAM

491%

Erweiterte Abdeckung  
vs. Q1 2016

APAC

352%

Erweiterte Abdeckung  
vs. Q1 2016

## Begrenzte Auswahl = begrenzte Compliance

In der Vergangenheit konnten Geschäftsreiseanbieter nur auf das im GDS verfügbare Hotelangebot zugreifen.

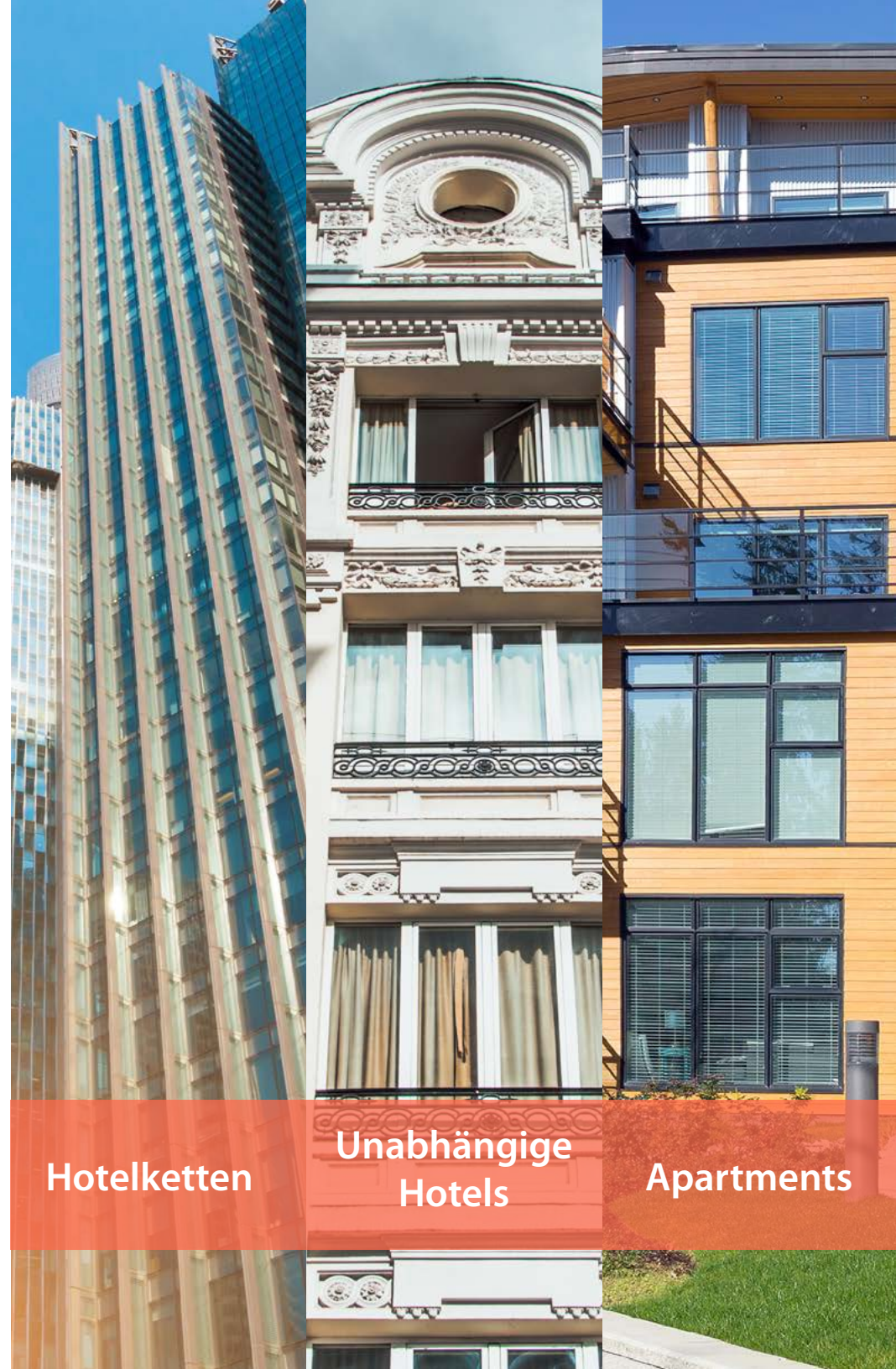
**Das hat sich mit der CWT-Hotelsparte powered by RoomIt geändert.**

Jetzt können Ihre Reisenden ein Zimmer aus über **800.000** Business-Hotels in **73.000** Städten direkt über ihr CWT-Reiseprogramm buchen. Das beinhaltet auch Hotel-Content von Drittanbietern wie Booking.com, Expedia Affiliate Network und Desiya.

## „Das ist nicht mein Stil“

Viele Geschäftsreisende sind einfach nicht an Hotels interessiert, die Ihre Bedürfnisse nicht erfüllen oder ihren Vorlieben nicht entsprechen.

Durch die Einbindung von Hotel-Content aus vielen Quellen bietet das Angebot von CWT zahlreiche Unterkunftsmöglichkeiten - von unabhängigen Hotels bis hin zu voll ausgestatteten Apartments. Und das beste daran? Sie sind alle über Ihre Buchungskanäle verfügbar.



Hotelketten

Unabhängige  
Hotels

Apartments



## „Ich habe versucht unser bevorzugtes Hotel zu buchen, aber es war nicht verfügbar.“

Viele ausgehandelte Tarife beinhalten eine Last-Room-Availability-Klausel (letzte Zimmerverfügbarkeit). Das Problem daran? Die CWT Solutions Group hat festgestellt, dass die meisten Unternehmen für diesen Vorteil bis zu **5%** zu viel bezahlen.

Wussten Sie schon, dass Hotelzimmer bei Drittanbietern oftmals auch dann verfügbar sind, wenn Ihre eigenen verhandelten Raten in den gleichen Hotels bereits ausgebucht sind?

Aber so ist es. Wie jedes andere Unternehmen auch, möchten Hotels ihre Umsätze maximieren und wählen daher, den für sie rentabelsten Buchungskanal aus, um ihre Angebote zu platzieren. Im Vergleich zum GDS, erreichen Hotels über Drittanbieter eine größere Zielgruppe.

## GRUND 2:

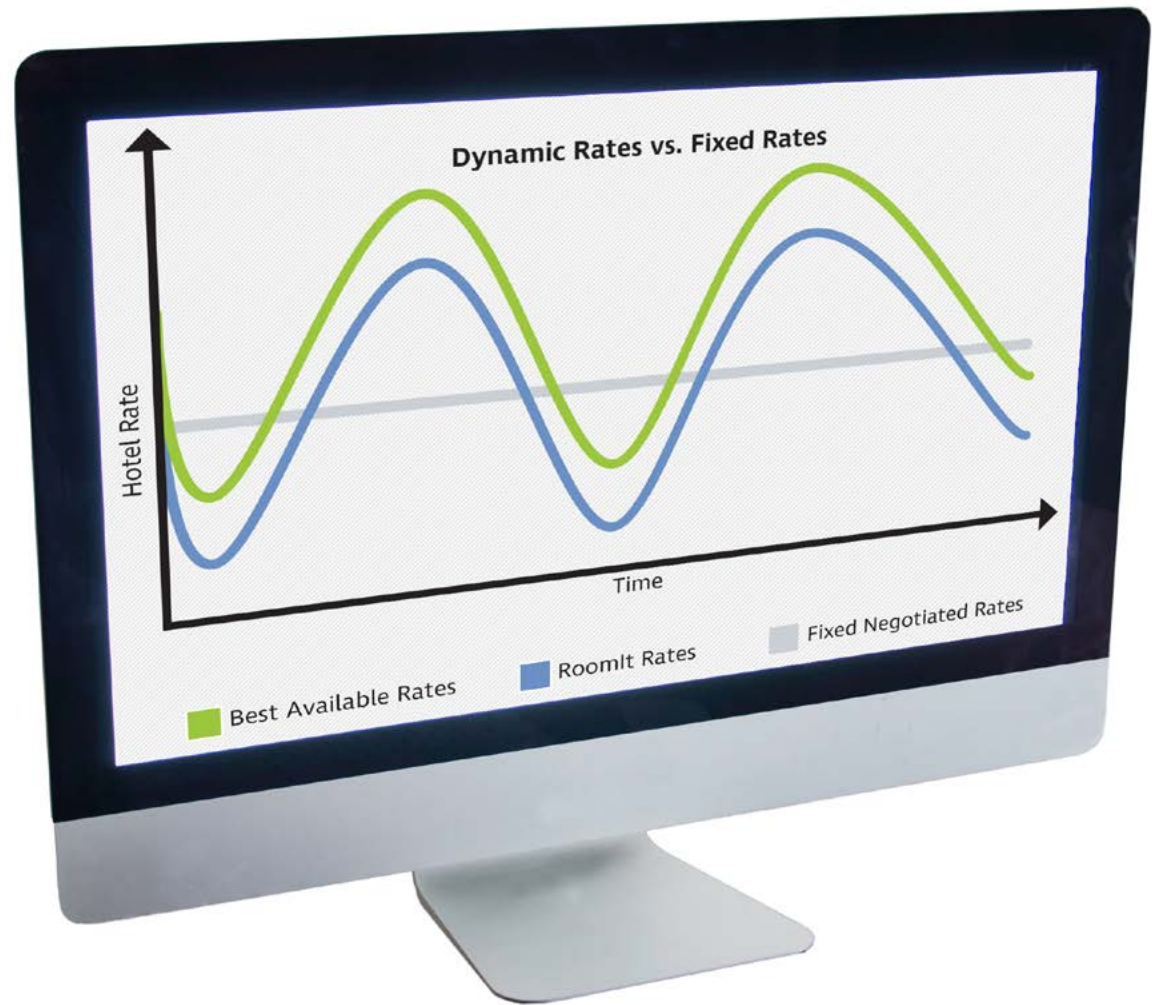
*„Ich habe einen günstigeren Tarif gefunden.“*

## Reisende glauben, dass Sie einen besseren Tarif finden können – aber können sie das auch wirklich?

Reisende haben in der Regel recht. Manchmal sind die Zimmerpreise über Drittanbieter günstiger als die vom Unternehmen verhandelten Hotelraten.

Hotels bieten Zimmer über Drittanbieter oftmals zur Best Available Rate an. Zudem werden in Zeiten mit geringer Auslastung Zimmerangebote zu besonderen Preisen veröffentlicht. Diese können ebenfalls unter den vom Unternehmen verhandelten Zimmerpreisen liegen.

Daher ist es sinnvoll Ihren Reisenden Zugang zu diesem erweiterten Hotelangebot zu ermöglichen. Denn Sie profitieren dann von den niedrigen Preisen am Markt.





Höhere Einhaltung der  
Hotelrichtlinie

**5 %**

OBT-Nutzung nahm zu

**7,5 %**

Drittanbieter-Content  
entsprach

**14 %**

der Gesamtbuchungen

Buchungen über  
Drittanbieter-Content  
bei nicht im GDS  
vertretenen Hotels

**44 %**

## Unterstützt ein größeres Hotelangebot die Ziele Ihres Reiseprogramms?

Ja, das ist nachweislich so!

Ein CWT-Kunde aus Europa konnte für seine 5.000 Reisenden nicht in allen bereisten Destinationen Unterkünfte über das GDS buchen.

Nachdem das Unternehmen das RoomIt-Angebot einführte, konnte es den Bedarf an Hotels abdecken.

**RoomIt**   
by CWT

## Das klingt erstmal gut, aber...

Vielleicht denken Sie, dass Hotelbuchungen über Drittanbieter zu vielen Einschränkungen unterliegen: es werden keine Zusatzleistungen angeboten, Raten sind nicht erstattungsfähig oder enthalten keine Bonuspunkte.

**Ein zweiter Blick lohnt sich.**



## Tatsächlich können nicht erstattungsfähige Raten Kostenvorteile mit sich bringen.

Es ist ein Irrglaube, dass sämtliche Drittanbieter-Contents nicht erstattungsfähig seien. In Wirklichkeit bieten:

- **90 %** der Hotels bei Expedia Affiliate Network erstattungsfähige Tarife an.
- **85 %** der Hotels bei Booking.com erstattungsfähige Tarife an.

Um Kosten zu minimieren, räumen viele Reiserichtlinien nicht erstattungsfähige Flugpreise ein. Nicht erstattungsfähige Hoteltarife bringen ebenso erhebliche Einsparungen mit sich, stellen ein geringes Risiko dar und ermöglichen eine bessere Reiseplanung.

- Nicht erstattungsfähige Tarife liegen im Durchschnitt **20 %** unter den erstattungsfähigen Tarifen.
- Lediglich **5-6 %** der Buchungen zu nicht erstattungsfähigen Tarifen werden storniert.





## Auch Drittanbieter haben Zusatzleistungen im Programm

- Hotelangebote sind auch bei Drittanbietern vielseitig. So können hier beispielsweise auch Zusatzleistungen wie Frühstück oder W-Lan über die entsprechende Rate hinzugebucht werden. Auch flexible Stornobedingungen werden angeboten.
- Die Bedürfnisse Ihrer Reisenden ändert sich je nach Anlass des Business-Trips. Bei einer Teilnahme an einer Konferenz, werden in der Regel Mahlzeiten bereits vor Ort angeboten. Hier macht es durchaus Sinn, einen günstigeren Hoteltarif ohne Verpflegung zu buchen.

## Bonuspunkte aus Hotel- Treueprogrammen sind nicht alles...

- Bei Drittanbieter-Tarifen können keine Treuepunkte gesammelt werden. Dennoch werden Drittanbieter-Contents oft gebucht, um eine Lücke an Orten zu schließen, an denen große Hotelketten mit Treueprogrammen womöglich nicht existieren.
- In Kürze werden wir bei Buchungen von Tarifen der Drittanbieter-Angebote Anreize wie Flugmeilen oder Geschenkgutscheine einführen.



# Und was jetzt?

1.

Reden Sie mit Ihrem CWT-Kundenbetreuer, um herauszufinden, wie unsere Hotellösung RoomIt Ihnen helfen kann.

- Erhöhen Sie die Einhaltung Ihrer Hotelrichtlinie
- Senken Sie die Gesamtausgaben für Hotels
- Erhöhen Sie die Zufriedenheit der Reisenden

2.

Schauen Sie sich den [Leitfaden für Tipps zur Hotelbuchung](#) an und teilen Sie diesen mit Reisenden, indem Sie die zur Verfügung gestellte E-Mail-Vorlage verwenden. So können Sie ihnen die Vorteile einer richtlinienkonformen Hotelbuchung aufzeigen.

3.

Nutzen Sie [CWT AnalytIQs](#) um Hotelbuchungsverluste zu erkennen.

4.

Kommunizieren Sie Ihre Reiserichtlinie mit Hilfe unseres [Program Messengers](#).