Presse-Newsletter:
Erweiterung der Funktionalität bei FairRate

Ein Gespräch mit Wolfgang Gattringer, Director Business Development bei der Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH.

PR Office: Was ist FairRate? Was macht das Tool aus?
Wolfgang Gattringer, Fairmas: FairRate stellt auf tagesaktueller Basis die GDS-Daten, für maximal sieben Hotels am Standort, standardmäßig 28 Tage im Voraus übersichtlich dar. Die niedrigste verfügbare GDS Rate, inklusive Advance Purchase und Merchant Model Rates, der selektieren Mitbewerber wird ausgewiesen. Preisstrategien werden transparent.

PR Office: Müssen die teilnehmenden Hotels am Standort im Vorfeld definiert werden oder kann man die Sets täglich neu definieren?
Wolfgang Gattringer, Fairmas: Die Sets werden im Vorfeld definiert. Sofern sich die Buchungssituation am Standort oder im Set ändert, werden die Preisstrategien der Mitbewerber über das „Variance-Tool" erkennbar und Ratenveränderungen werden nachvollziehbar. Ergänzend werden die Daten visualisiert und in Kurven- und Balkendiagrammen optisch aufbereitet zur Verfügung gestellt.

PR Office: Und was ist neu an diesem Tool?
Wolfgang Gattringer, Fairmas: Ab sofort werden zwei Mal pro Woche die Daten für 180 Tage im Voraus in das System eingespielt und die GDS-Daten sind für sechs Monate in der Vorausschau verfügbar.

PR Office: Was ist der größte Vorteil für den teilnehmenden Betrieb?
Wolfgang Gattringer, Fairmas: Rückschlüsse auf die Ratenpolitik der Mitbewerber sind möglich. Marktsituationen werden transparent. Eine solide Grundlage zur Ausrichtung der eigenen Raten- und Umsatzstrategien ist geschaffen und somit eine optimale und preiswerte Ergänzung zu unserem Daily Benchmarking Service.

PR Office: Seit gut sechs Monaten kooperieren Sie in diesem Bereich mit The Rubicon Group. Als Meilenstein haben Sie den Schritt in diese Kooperation bezeichnet. Was hat sich verändert?

Wolfgang Gattringer, Fairmas: Durch die Kooperation mit The Rubicon Group konnten wir einen speziellen Zugang auf die Rubicon MarketVision® Daten für unsere Kunden realisieren und die Datentiefe der eigenen FairRate Version optimieren.

Hintergrundinformationen

Im Jahr 2003 wurde die Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH gegründet. Bis 2007 konnten mehr als 1000 Hotel-Software-Installationen weltweit durchgeführt werden. Kontinuierliches Wachstum sowie der stetige Ausbau der eigenen Angebotspalette zeichnen die Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH aus, die über Kooperationspartner auch in London und Atlanta repräsentiert wird. Neben der umfangreichen Produktpalette system- und webbasierter Planungstools bietet das Unternehmen die Realisierung individueller Lösungen an, die sich an spezifischen, unternehmensinternen Anforderungen orientieren. Im September 2008 erfolgte ein Relaunch des FairRate Systems und zu Beginn des Jahres 2009 hat Fairmas einen destinationsübergreifenden Daily Benchmarking Service für die Ferien- und Resort-Hotellerie eingeführt. Ziel der Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH ist es, sich europaweit zu einem der führenden Hotelsoftwareanbieter für das Revenue-Management zu entwickeln.

Information: Tanja Gerhard, Public Relations, Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH, Meinekestrasse 24, D-10719 Berlin, Telefon: ++49 (0) 30 322 940 520, Telefax: ++49 (0) 30 322 940 521, Mail: office@fairmas.com, Web: http://www.fairmas.com