



Benchmarking in der Stuttgarter Hotellerie

Berlin (fm) – Schlagwörter wie Benchmarking, Best Practice, kennzahlengestütztes Management sind Begriffe, die in Diskussionen um erfolgreiches Hotelmanagement längst alltäglich geworden sind. Doch was steckt dahinter? Wie werden die Basisparameter definiert? Wie funktioniert der Prozess des kontinuierlichen Vergleichens?

Bis heute haben sich 18 Stuttgarter Hotelbetriebe für die Teilnahme am City Benchmarking-System der Firma Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH in Berlin in Kooperation mit STR Global registriert, um Ihre Position auf täglicher Basis am Markt festzustellen, zu vergleichen und daraus Strategien abzuleiten und zu messen.

Die Basisparameter

Nach Freischaltung für das System pflegen alle angeschlossenen Betriebe auf täglicher Basis die Anzahl der belegten Zimmer sowie den Netto-Logisumsatz in das Benchmarking-System ein (Datenerhebung). Auf Basis der tagesaktuellen Daten wird die eigene Entwicklung transparent dargestellt und kann im Anschluss daran, durch die vergleichende Systemanalyse, mit den anonymisierten Ergebnissen der Mitbewerber abgeglichen werden. Mehr Informationen unter: <http://www.fairmas.com/de/solutions/benchmark/city+benchmarking>.

Die Datenanalyse

Basierend auf den eingegebenen Parametern können auf Tages-, Monats- und Jahresbasis folgende Auswertungen webbasiert durchgeführt werden: Trendreports (in Bezug auf die Auslastung, die Durchschnittsrate sowie die Revenue-Entwicklung), Vergleiche in Bezug auf Indexzahlen (Market Penetration-, Average Rate - und Revenue Generation Index), Vergleichsdaten im Rahmen von Messen und Events sowie Rankinglisten, die anonymisiert die höchsten und niedrigsten Kennzahlen ausweisen. Somit hat der Hotelier eine zusätzliche Orientierung im Vergleich zu seinen eigenen Kennzahlen. Aussagekräftige Demo-Daten, Reports und Analysemöglichkeiten, etc. stehen unter <http://www.fairmasdemo.com/> zur Verfügung.



Das Benchmarking-Set

Mindestens sechs Häuser einer Kategorie (z. B. 4-Sterne Kategorie) müssen vertreten sein, um ein persönliches Benchmarking-Set definieren zu können. Ergänzend dazu stehen vordefinierte Vergleichs-Sets der Region zur Verfügung um sich beispielsweise die Ergebnisse aller Hotels mit 1-6 Konferenzräumen, im Vergleich zur eigenen Position, anzeigen zu lassen. Der Abgleich mit Index-Daten ist visualisierbar.

Kontinuität schafft Transparenz

Durch die kontinuierliche Anwendung des Systems wird die eigene Entwicklung am Markt, sowie im Vergleich zu den Mitbewerbern, transparent. Vergleichsdaten können von der Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH, sofern vom Kunden eingepflegt, rückwirkend bis zum Jahr 2003 zur Verfügung gestellt werden. Seit April 2008 kooperiert das Unternehmen mit The Rubicon Group. Durch diese Kooperation wird es möglich sein, auch künftige Marktentwicklungen in die Analyse mit einzubeziehen. Hier werden die in den GDS Systemen geladenen Zimmerpreise der Hotels (für die nächsten 28 bzw. 180 Tage) als Basisparameter herangezogen. Durch die kontinuierliche Anwendung des Systems können somit Zukunfts-Trends frühzeitig erfasst, kritische Situationen analysiert und erfolgreiche Strategien identifiziert werden.

Ergänzende Vertriebskennzahlen

Ausgehend vom „status quo“ können Vertriebskennzahlen an dieser Stelle in die Überlegungen mit einbezogen werden. FairSales, ein Produkt der Reihe Vertriebsoptimierung, bietet die Möglichkeit, Veränderungen im Buchungsverhalten der Kunden zuverlässig und schnell zu analysieren und die Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung des Unternehmens zuverlässig darzustellen. Über- und Unterdeckungen werden zeitnah transparent, Key Account Management und Kundendialog optimiert.



Fazit

„Der Hotelier kann jederzeit feststellen, wie sein Hotel am Markt positioniert ist, und das täglich und im Vergleich zu unterschiedlichen Mitbewerber-Gruppen. Alle Teilnehmer nutzen die gleiche Datenbasis, Entwicklungen können kontinuierlich nachvollzogen werden. Das übersichtliche Berichtswesen - auf Wunsch per Email automatisch zugeschickt - erlaubt schnelle Analysen und gibt Aufschluss über Trends am Markt“, so Wolfgang Gattringer, verantwortlich für den Bereich Business Development bei der Fairmas. „Ein Daily Benchmarking ist mittlerweile fester Bestandteil für ein erfolgreiches Revenue Management“, so Gattringer weiter. Fairmas besitzt eine Tolerierungserklärung des deutschen Bundeskartellamtes für das Betreiben seines Benchmarking Systems.

Information zu STR & STR Global:

Seit über 20 Jahren ist Smith Travel Research als führendes Unternehmen für Hotellerie Benchmarking und Untersuchungen bekannt. Smith Travel Research und STR Global bieten monatliche, wöchentliche und tägliche STAR Benchmarking Reports für mehr als 38,000 Hotelkunden mit fast 5 Million Zimmern weltweit. Das Headquarter von STR befindet sich in Hendersonville, Tennessee und STR Global ist in London ansässig. Für weitere Informationen, besuchen Sie uns auf www.strglobal.com.

Information zu Fairmas:

Im Jahr 2003 wurde die Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH gegründet und bis heute stellen uns über 700 Hotels ihre Marktdaten zur Verfügung. Seit Beginn 2009 hat Fairmas einen destinationsübergreifenden Daily Benchmarking Service für die Ferien- und Resort-Hotellerie eingeführt und ist der einzige Anbieter eines kombinierten Rate View / Daily Benchmarking Service Tools. Fairmas ist zudem ein Spezialist für Planungs- und Budgetierungssoftware, die sich an den individuellen und unternehmensinternen Anforderungen der Hotels orientieren. Bisher wurden in dieser Sparte weltweit mehr als 1000 Installationen durchgeführt. Kontinuierliches Wachstum sowie der stetige Ausbau der eigenen Angebotspalette zeichnen die Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH aus. In London und Atlanta wird das Unternehmen über Kooperationspartner repräsentiert. Für weitere Informationen, besuchen Sie uns auf www.fairmas.com.



Media Kontakte:

Tanja Gerhard

Public Relations

Fairmas Gesellschaft für Marktanalysen mbH

office@fairmas.com

+49 (30) 322940-520

Konstanze Auernheimer

Director of Marketing

STR Global

+44 (0)207 922 1961