

Der Top-Jahreskongress für Hotellerie und Online-Vertrieb in Deutschland!

Deutscher Hotel- Online-Kongress

15. und 16. April 2010 | Dorint Pallas Hotel Wiesbaden



Zukunft Online-Business –
Was sind die Perspektiven für die Hotellerie von morgen?

Jetzt anmelden unter
www.conferencegroup.de/hotel-online

Im Fokus: Kann die deutsche Hotellerie trotz Online-Boom wieder international wettbewerbsfähige Room Rates erreichen oder droht totaler Preisverhau?

Die zentralen Themenfelder:

- **Hotellerie und Online-Vertrieb 2010/2011** – Was sind die Keytrends und Entwicklungen?
- **Die wichtigsten Trends für den Leisure- und Business-Markt**
- **Die gigantische Vielfalt der Online-Buchungs- und Bewertungsportale** – Wer sind die Partner für die Hotellerie?
- **Online-Marketing, Social Media und mobiles Internet** – Die nächsten Megathemen
- **Revenue Management** – Ertragsoptimales Pricing und die richtige Implementierung im Zeitalter des Online-Vertriebs
- **Online-Partnerschaften** – Vernetzung von Marken und Märkten
- **Trends und Visionen** – Wie sieht die erfolgreiche Vertriebsstrategie für die Hotellerie der Zukunft aus?

Es referieren und diskutieren:



Olivier Harnisch,
Vice President International
Operations, Hilton International



Vanessa Borkmann,
Projektleitung Future Hotel,
Fraunhofer-Institut für
Arbeitswirtschaft und Organisation IAO



Michael Buller,
Vorstand, Verband Internet
Reisevertrieb VIR



Michael Hucho,
Vice President Distribution,
Accor Hotellerie Deutschland



Margit Hug,
Geschäftsführerin,
Choice Hotels Franchise



Rolf W. Schmidt,
Geschäftsführender Gesellschafter,
CHD Expert (Deutschland)

Michael Altewischer, Geschäftsführer,
WELLNESS-HOTELS-DEUTSCHLAND

Marc Bacon, Director of Marketing,
Lindner Hotels

Susanne Weiß, Geschäftsführender
Vorstand, Ringhotels

Thomas Lenzion, Geschäftsführer,
hotelwebservice

Claudia Ebberts, Senior Manager
Hotel Groups & CRS, hotel.de

Dr. Christoph Röck, Geschäftsführer,
affilinet

Alexander Birk,
Manager E-Commerce,
Best Western Hotels Deutschland

Olaf Feuerstein, Geschäftsführer,
Hotel Freizeit In

Stefan Niemeyer, Geschäftsführer,
SPALTEHOLZ HOTELKOMPETENZ
GmbH & Co. KG

Michael Lux, Geschäftsführer,
WEB-MEDIA

Herbert Lechner, Projektleiter
GfK-TravelScope, GfK SE

Frank Götze, Bereichsleiter Kurzreisen,
DERTOUR

Marc Feller, Corporate Director
of Revenue Management,
Kempinski Hotels

Michael End,
Assistant Hotel Manager,
25hours Hotel Company

Carsten Kritz, Geschäftsführer,
Welcome Hotels

Malte Siewert, Managing Director,
trivago

Klaus Tusche, Director of Marketing,
Partnerships & Leisure Sales,
Avis Autovermietung

Mathis Boldt, Managing Director
Germany, Poland, Russia,
BOOKING.COM (Deutschland)

Carsten K. Rath,
Founder & CEO, Lifestyle
Hospitality & Entertainment Group

Ingrid Johnson, Director of Revenue
Management, Business Hotels,
Steigenberger Hotels

Erik E. Schürmann, Online Marketing-
Manager, Amber Hotels

Axel Dammler, Geschäftsführer,
iconkids & youth international
research

Daniel Amersdorffer,
Geschäftsführer, Tourismus Zukunft –
Institut für eTourismus

Markus Schauer, Vertriebscoach und
Leiter Tourotel Mariahilf

Andreas Lackner,
Director Business Development,
Arabella Starwood Hotels & Resorts

Dominik Sobotka,
Leiter Online Marketing & CRM,
Travel Charme Hotel

Dirk Bremer, Senior Procurement
Associate, Lilly Deutschland

Benjamin Jost, Geschäftsführer,
TrustYou

Arne Erichsen, Director of Market
Management Germany,
Expedia.com

Thomas F. Kraft, Gründer und Mitglied
des Aufsichtsrates, IFH

Max-Peter Droll, Geschäftsführer,
Robinson Club

Gerd Tritschler, Vice President
Revenue Management, Europe,
Marriott Hotel Holding

Wibke Bachor, Geschäftsführerin,
Reiseland

Dr. Gunnar Clausen, Partner,
Simon-Kucher & Partners

Markus Schmidt, Geschäftsführer,
intergerma

Susanne Knobel, Director
Global Hotel Accounts EMEA,
Sabre Hospitality Solutions

Tobias Ragge, Geschäftsführer,
HRS Hotel Reservation Service

Eine Veranstaltung von:

the conference group
worldwide business events

Medienpartner:

AHGZ
Allgemeine Hotel- und
Gastronomie-Zeitung

Donnerstag, 15. April 2010

Vorsitz: Thomas T. Kraft, Gründer und Mitglied des Aufsichtsrates, IFH

09.00 – 09.10

Eröffnung und Begrüßung durch den Vorsitzenden

Die neue Onlinewelt – Wird sie die Hotelbranche fundamental verändern?

09.10 – 09.40

Project FutureHotel – Visionen und Lösungen für Hotels

- Schlüsselentwicklungen und deren Auswirkungen auf die Hotellerie
- Anforderungen verschiedener Gästetypen und Optimierungspotenziale im Hotelbetrieb
- Technologische Innovationen und ihre Konsequenzen für das Online-Business der Hotels
- Welche Online-Strategien benötigen Hotels von morgen?

Vanessa Borkmann, Projektleitung Future Hotel, Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO

09.40 – 10.10

Online-Business 2010 – Bei Hotelbuchungen geht nichts mehr ohne Internet!

Fakten, Zahlen, Perspektiven

- Wie hat sich das Buchungsverhalten und -volumen in den vergangenen Jahren entwickelt? Ein Marktüberblick
- Welche Kundengruppen sind die aktiven Online-Nutzer?
- Wie buchen Geschäftsreisende online im Vergleich zu Freizeit- und Urlaubsreisenden?

Herbert Lechner, Projektleiter GfK-TravelScope, GfK SE

10.10 – 10.40

Social Media Marketing für die Hotellerie – Trend, Hype oder geniales Marketinginstrument?

- Wohin geht der Trend im Online-Marketing?
- Welche Rollen spielen: Mobile, Bewegtbild, Widgets, Twitter, Blogs, Communities und Social Networks?

Andreas Romani, Inhaber, ideas4hotels - hotel consulting

10.40 – 11.10 **Kommunikations- und Kaffeepause**

Nationale und internationale Erfolgsstrategien und Benchmarks im Hotel-Online-Vertrieb

11.10 – 11.30

Internationale Entwicklungen im Online-Hotelvertrieb –

Wie sieht das Online-Buchungsverhalten im internationalen Vergleich aus?

- Exklusive Ergebnisse und Erkenntnisse einer neuen internationalen Studie

Rolf W. Schmidt, Geschäftsführender Gesellschafter, CHD Expert (Deutschland) GmbH

11.30 – 12.00

Online-Merchandising im Direktvertrieb – Ein Praxisbeispiel des Global Players Accor

- Animation des Abverkaufs von Hotelangeboten auf Mono- und Multibrand-Seiten
- Wie ein großer Hotelkonzern diese Vertriebsstrategie beschreibt und seine Organisation zentral und in den Ländern darauf ausrichtet
- Effiziente Angebotssteuerung auf die einzelnen Source- und Feedermärkte, common KPIs, Messbarkeit und Traffic

Michael Hucho, Vice President Distribution, Accor Hotellerie Deutschland GmbH

12.00 – 12.45 **Top-Diskussionsrunde**

Online-Vertrieb und -Business in der deutschen Hotellerie 2010/2011 –

Wie werden Online-Buchungen und Online-Business die Hotelbranche weiter verändern?

Andreas Lackner, Director Business Development, Arabella Starwood Hotels & Resorts GmbH

Michael Hucho, Vice President Distribution, Accor Hotellerie Deutschland GmbH

Margit Hug, Geschäftsführerin, Choice Hotels Franchise GmbH

Carsten K. Rath, Founder & CEO, Lifestyle Hospitality & Entertainment Group

Tobias Ragge, Geschäftsführer, HRS Hotel Reservation Service

Moderation: Thomas T. Kraft, Gründer und Mitglied des Aufsichtsrates, IFH

12.45 – 14.00 **Kommunikations- und Mittagspause**

Die wichtigsten Trends bei den Individual- und Urlaubsreisenden (B2C)

14.00 – 14.30

Online-Vertriebsmöglichkeiten im Wellness-Markt: Entwicklungen und Perspektiven am Beispiel von WELLNESS-HOTELS-DEUTSCHLAND

- Wie spreche ich Wellness- und Freizeitkunden an und bringe sie dazu, zu buchen?
- Welche Rolle spielen Bewertungs- und Buchungsportale?
- Welche Chancen und Möglichkeiten gibt es im Rahmen einer Kooperation?

Michael Altewischer, Geschäftsführer, WELLNESS-HOTELS-DEUTSCHLAND GmbH

14.30 – 15.00

Urlaub 2010 – Wie bucht der Club-Urlauber und welche Online-Strategie verfolgt die Leisure-Hotellerie?

- Wie sieht der typische Club-Urlauber aus und wie bucht dieser – online vs. stationär?
- Wie hat sich Buchungsverhalten seitens der Endkunden verändert - gestern, heute, morgen?
- Welche Online-Strategien führen im Leisure-Bereich zum Erfolg?

Max-Peter Droll, Geschäftsführer, Robinson Club GmbH

15.00 – 15.30 **Diskussionsrunde**

Online-Trends in der Touristik- und Leisure-Hotellerie

- Wie werden sich Online-Buchungen im Leisure-Bereich zukünftig entwickeln?
- Zukunft des stationären Vertriebs – Bucht der Gast zukünftig nur noch online?

Michael Altewischer, Geschäftsführer, WELLNESS-HOTELS-DEUTSCHLAND GmbH

Max-Peter Droll, Geschäftsführer, Robinson Club GmbH

Wibke Bachor, Geschäftsführerin, Reiseland GmbH & Co. KG

Frank Götze, Bereichsleiter Kurzreisen, DERTOUR GmbH & Co. KG

Moderation: Thomas T. Kraft, Gründer und Mitglied des Aufsichtsrates, IFH

15.30 – 16.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

Die wichtigsten Trends im Business- und Meeting-Markt (B2B)

16.00 – 16.20

MICE-Kunde = Online-Kunde?

- Welche Rolle spielt Online im MICE-Segment?
- Erfüllen Online-Portale den Bedarf und die Bedürfnisse der Kundenanforderungen?
- Wie haben sich Erwartungshaltungen und Werte verändert?
- Kann Offline stärker als Online sein?

Markus Schmidt, Geschäftsführer, intergerma Marketing GmbH & Co. KG

16.20 – 16.50

Online oder Offline – Hoteleinkauf heute!

- Kosten sparen durch den Einsatz von Online-Hotelbuchungs-Tools. Oder sind Reisebüros für das Travelmanagement unverzichtbar?
- Was bringt die direkte Verhandlung mit Hotelketten?
- Wo liegen Potenziale für eine verbesserte und effizientere Zusammenarbeit zwischen Travelmanagement, Buchern und Hotels?

Dirk Bremer, Senior Procurement Associate, Lilly Deutschland GmbH

16.50 – 17.10

Online-Vertrieb in der Praxis: Wie ein privates Tagungshotel erfolgreich Kunden anspricht, gewinnt und bindet.

- Was unterscheidet ein privates Hotel von einem Kettenhotel hinsichtlich Online-Business?
- Wie sehen die Online-Werbe-Strategien und der Marketing-Mix aus?
- Welchen Herausforderungen muss der private Hotelier sich stellen?

Olaf Feuerstein, Geschäftsführer, Hotel Freizeit In GmbH

Die gigantische Vielfalt der Online-Buchungs- und Bewertungsportale – Wer sind Partner für die Hotellerie?

17.10 – 17.30

Buchungs- und Bewertungsportale gibt es wie Sand am Meer –

Wer sind die Partner für die Hotellerie von morgen?

- Bei der Vielzahl an Portalen lohnt sich der Vergleich – auch von Hotelseite
- Wie der Gast von heute und morgen bucht
- Der Online-Gast und der ROPO-Gast

Markus Schauer, Vertriebscoach und Leiter, Tourotel Mariahilf

17.30 – 18.15 **Diskussionsrunde**

Hotelkritiken und Online-Buchungen als Geschenke unserer Gäste verstehen und nutzen – Welche Macht hat der Gast im Web 2.0?

Malte Siewert, Managing Director, trivago GmbH

Benjamin Jost, Geschäftsführer TrustYou GmbH

Michael Buller, Vorstand, Verband Internet Reisevertrieb VIR e.V.

Susanne Weiß, Geschäftsführender Vorstand, Ringhotels e.V.

Carsten Kritz, Geschäftsführer, Welcome Hotels GmbH

Arne Erichsen, Director of Market Management Germany, Expedia.com GmbH

Moderation: Markus Schauer, Vertriebscoach und Leiter, Tourotel Mariahilf

ab 18.15 **Get-together**

Zum Abschluss des ersten Kongresstages lädt der Veranstalter Sie zu einem kleinen Empfang ein – Nutzen Sie diese Gelegenheit für Networking, neue Kontakte und gute Gespräche!



Der Top-Jahreskongress für die Hotellerie

Freitag, 16. April 2010

3 parallele Sessions zu erfolgreichem Online-Vertrieb in der Hotelbranche

Session 1: Online-Marketing, Social Media und mobiles Internet – Die nächsten Megathemen	Session 2: Revenue Management – Ertragsoptimales Pricing und die richtige Implementierung	Session 3: Online-Partnerschaften – Vernetzung von Marken und Märkten
Vorsitz: Daniel Amersdorffer , Geschäftsführer, Tourismuszukunft – Institut für eTourismus	Vorsitz: Dr. Gunnar Clausen , Partner, Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants GmbH	Vorsitz: Stefan Niemeyer , Geschäftsführer, SPALTEHOLZ HOTELKOMPETENZ GmbH & Co. KG
09.00 – 09.30 Auch 2013 noch erfolgreich mit dem Gast im Internet sprechen – Keytrends für das Online-Marketing von Hotels! <ul style="list-style-type: none"> Suchmaschinen werden ersetzt durch Filter – Wie Sie es trotzdem schaffen beim Gast präsent zu sein ... Wie wirkt sich der Kommunikationswandel im Internet auf das Online-Marketing von Hotels aus – Stichwort Social Web? Daten sind die Grundlage des Internets – Auch im Tourismus. Daniel Amersdorffer , Geschäftsführer, Tourismuszukunft – Institut für eTourismus	09.00 – 09.30 Pricing und Distribution – Wie am besten mit dem Druck von allen Seiten umgehen. Strategien für erfolgreiches Revenue Management in der Hotellerie Dr. Gunnar Clausen , Partner, Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants GmbH	09.00 – 09.30 Erfolgreiches Affiliate-Marketing in der Reisebranche – Mit Online-Vertriebspartnerschaften den Absatz steigern! <ul style="list-style-type: none"> Welche Partnerschaften bieten sich für die Hotelbranche an, welche haben sich bewährt? Trends und neue Vermarktungsstrategien Dr. Christoph Röck , Geschäftsführer, affilinet GmbH
09.30 – 10.00 Wer sind die Kunden von morgen und wonach suchen sie auf einer Hotelwebsite? <ul style="list-style-type: none"> Zielgruppenentwicklung und richtige Ansprache – Wie dem Kunden von morgen gerecht werden? Wie eine Internetseite Besucher zum Verweilen einlädt und welche Mehrwerte sind relevant? Thomas Lenzion , Geschäftsführer, hotelwebservice GmbH	09.30 – 10.00 Yield Management und Dynamic Pricing – Konzepte und Erfahrungen für das erfolgreiche Preismanagement <ul style="list-style-type: none"> Welche Strategien führen zum Erfolg und zu international wettbewerbsfähigen Room Rates? Wie steigern Yield Management in Verbindung mit Online-Distribution gezielt Umsätze? Ingrid Johnson , Director of Revenue Management, Business Hotels, Steigenberger Hotels AG	09.30 – 10.00 Strategische Online-Partnerschaften: Synergie-Effekte über Eigen- und Fremdportale am Beispiel der 25hours Hotel Company <ul style="list-style-type: none"> Erfolgreicher Vertrieb durch Kombination von der eigenen Website und Buchungsportalen Potenziale durch Markenpartnerschaften nutzen Chancen und Herausforderungen im Verbund der DesignHotels Michael End , Assistant Hotel Manager, 25hours Hotel Company GmbH
10.00 – 10.30 Location Based Services: Wie werden iPhone-Anwendungen in der Hotellerie angenommen und umgesetzt? <ul style="list-style-type: none"> iPhone – Wie konnte die Menschheit ohne existieren? Welche Synergieeffekte mit Social-Media-Komponenten Erfahrungen seit Markteinführung des Apps von Best Western Alexander Birk , Manager E-Commerce, Best Western Hotels Deutschland GmbH	10.00 – 10.30 Erfolgreiche Strategien gegen den Preiskampf: Gibt es auch andere Differenzierungen am Markt als nur über den Preis? Marc Feller , Corporate Director of Revenue Management, Kempinski Hotels S.A.	10.00 – 10.30 Online-Partnerschaften im Social Web: Die Exzellenten 5 als Praxisbeispiel für neue Kommunikationsformen und Kundenbegeisterung im MICE-Segment Stefan Niemeyer , Geschäftsführer, SPALTEHOLZ HOTELKOMPETENZ GmbH & Co. KG
10.30 – 11.00 Kommunikations- und Kaffeepause		
11.00 – 11.30 Suchmaschinenmarketing- und optimierung – Die Erfolgsformel in der täglichen Praxis <ul style="list-style-type: none"> Typgerechte Botschaften im Online-Marketing (Limbic Sales) Von der benutzerfreundlichen Zimmer-Preisangabe bis zum Multivariate-Test (Usability) An den richtigen Reglern und Kennzahlen messen (KPI) Swen Laempe , Geschäftsführer, vioma GmbH	11.00 – 11.30 Multi-Channel-Distribution und Vernetzung der Online-Vertriebskanäle – Wo stehen wir, was kommt noch? Konnektivität, Schnittstellen, interne Integration, PMS, GDS, CRS – Ein Systemüberblick Susanne Knobel , Director Global Hotel Accounts EMEA, Sabre Hospitality Solutions	11.00 – 11.30 Partnerschaften mit Online-Buchungsplattformen – Was bringt die Zusammenarbeit? <ul style="list-style-type: none"> Chancen für eine höhere Auslastung durch Online-Hotelreservierungssysteme Herausforderungen bei der Kooperation von Hotellerie und Buchungsportalen – Worauf Hoteliers achten sollten. Claudia Ebberts , Senior Manager Hotel Groups & CRS, hotel.de AG
11.30 – 12.00 Social Media Marketing – Wie aus dem Hype eine globale Entwicklung entstanden ist. <ul style="list-style-type: none"> Welche Auswirkungen hat Social Media auf mein Unternehmen? Wen erreiche ich über Social Media? Wie lässt sich Social Media innerbetrieblich organisieren? Dominik Sobotka , Leiter Online Marketing & CRM, Travel Charme Hotel GmbH	11.30 – 12.00 Wie kann Dank Channelmanagement mehr Umsatz in den Hotels generiert werden? <ul style="list-style-type: none"> Einfache Portalpflege dank Channelmanagement – Ein Kosten-Nutzen-Verhältnis Wie den Überblick bei den Online-Vertriebskanälen bewahren? Wie kann dadurch mehr Umsatz generiert werden? Michael Lux , Geschäftsführer, WEB-MEDIA	11.30 – 12.00 Absatzsteigerung durch Online-Partnerschaften – How it works. Potenziale erkennen und nutzen am Beispiel Avis Klaus Tusche , Director of Marketing, Partnerships & Leisure Sales, Avis Autovermietung GmbH & Co. KG
12.00 – 12.50 Diskussionsrunde Mobile und Social Marketing als Mega-Trends – Modeerscheinungen oder unverzichtbare Marketing-instrumente für die Hotellerie? Alexander Birk , Best Western Hotels Deutschland GmbH Dominik Sobotka , Travel Charme Hotel GmbH Swen Laempe , vioma GmbH Erik E. Schürmann , Online Marketing Manager, Amber Hotels Marc Bacon , Director of Marketing, Lindner Hotels AG Moderation: Daniel Amersdorffer , Geschäftsführer, Tourismuszukunft – Institut für eTourismus	12.00 – 12.50 Diskussionsrunde Zählt zukünftig nur noch der Preis oder kann die deutsche Hotellerie im internationalen Vergleich wieder wettbewerbsfähige Room Rates erreichen? Marc Feller , Kempinski Hotels S.A. Michael Lux , WEB-MEDIA Ingrid Johnson , Steigenberger Hotels AG Gerd Tritschler , Vice President Revenue Management Europe, Marriott Hotel Holding GmbH Mathis Boldt , Managing Director Germany, Poland, Russia, BOOKING.COM (Deutschland) GmbH Moderation: Dr. Gunnar Clausen , Partner, Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants GmbH	12.00 – 12.50 Diskussionsrunde Online-Partnerschaften in turbulenten Zeiten: Kooperation mit jedem oder besser nur ausgewählte? Michael End , 25hours Hotel Company GmbH Claudia Ebberts , hotel.de AG Dr. Christoph Röck , affilinet GmbH Martin Egner , Manager E-Commerce/Distribution, Motel One GmbH Moderation: Stefan Niemeyer , Geschäftsführer, SPALTEHOLZ HOTELKOMPETENZ GmbH & Co. KG
12.50 – 14.00 Kommunikations- und Mittagspause		

Trends und Visionen – Wie sieht die erfolgreiche Vertriebsstrategie von morgen aus?

14.00 – 14.30
Die virtuelle Generation – Kinder von heute sind die Konsumenten von morgen.

- Welches Verhalten ist aus den emotionalen Bindungen in Communities ableitbar?
- Welche Implikationen ergeben sich für die Zielgruppenansprache und Kundenbindung?

Axel Dammler, Geschäftsführer, iconkids & youth international research GmbH

14.30 – 15.00
Online- und E-Business – Perspektiven für die Hotelbranche von morgen aus der Sicht von Hilton
Olivier Harnisch, Vice President International Operations - Germany & Switzerland, Hilton International Co.

15.00
Zusammenfassung und Ende des 1. Deutschen Hotel-Online-Kongresses