

PRESSEMITTEILUNG

22.04.2015

AKZENT Hotels e.V.

vertreten durch
Paul Berberich -Vorsitzender
Mario Peschke - stellv. Vorsitzender
Spitalstraße 1
D-38640 Goslar
Telefon: +49(0) 53 21 – 75 91 40
Telefax: +49(0) 53 21 – 75 91 49
www.AKZENT.de
Email: info@AKZENT.de

Direktbuchungs-Boom bei den AKZENT Hotels

Die deutliche gestiegene Anzahl der Direktbucher bei den AKZENT Hotels war eines der zentralen Themen der diesjährigen Frühjahrsmitgliederversammlung. Vom 12. bis 14. April 2015 trafen sich die AKZENT Hoteliers zur 2-tägigen Tagung im AKZENT Hotel Acamed Resort in Neugattersleben (www.acamed.de), um aktuelle Zahlen und Entwicklungen und neue Marketinginstrumente zu diskutieren. Das Fazit: eine rundum positive Bilanz mit deutlich gestiegenen Direktbuchungen.

Um rund 29% - gemessen nach Anreise - sind die Direktbuchungen auf der Markenwebsite www.akzent.de im Vergleich von 2013 zu 2014 gestiegen. Das entspricht einem gestiegenen Direktbuchungsumsatz von 34%. Grund für die positive Entwicklung ist die im April 2014 neu entwickelte Kooperationswebsite, die dem User höchste Usability bietet und den Gast mit wenigen Klicks zum gewünschten Ziel führt. Die direkte Buchbarkeit – provisionsfrei für alle AKZENT Hotels – ist auf allen Seiten gewährleistet.

Aber auch auf den hoteleigenen Websites der AKZENT Hotels können die Hoteliers von 2013 auf 2014 einen Direktbuchungsanstieg verzeichnen. So ist der Direktbuchungsumsatz über alle Häuser hinweg um 48% gestiegen. Insbesondere bei den Hotels, die über eine responsive Website verfügen, ist der Wachstum besonders deutlich. Zudem besitzen alle AKZENT Hotels im Rahmen des Kooperationsleistungspaketes eine mobile Buchungsmaschine für ihre hoteleigene Website und werden damit der vermehrten Anzahl an mobilen Usern und Buchern gerecht. „Auch Maßnahmen wie der Bewertungs- und Qualitätsmanager iiQ-Check oder die zum 1.1.2014 eingeführte Stammgastkarte unterstützen uns enorm bei der Steigerung unserer Direktbuchungen“, so Vorstandsvorsitzender Paul Berberich.

Direktbuchungen sind und bleiben auch künftig eines der wichtigsten Themen in der Kooperation. Die Marketingzentrale hat bereits für alle AKZENT Hotels die Google My Business-Einträge optimiert, um auch beim Suchmaschinenriesen Google adäquat präsentiert zu werden und den potenziellen Gast möglichst direkt auf die hoteleigene Website zu lenken.

Zusammenfassend schlussfolgerten die Teilnehmer der Frühjahrsmitgliederversammlung, dass die durch die Marketingzentrale bereitgestellten Instrumente und Marketingmedien greifen und eine deutliche Unterstützung im Rahmen der Stammgastbindung und Forcierung des Direktvertriebes darstellen.



Frühjahrsmitgliederversammlung 2015, AKZENT Hotels e.V.