

## HSMA eMarketing Day 2016

*Ein Erfahrungsbericht von Max Hummel, Bachelorstudent im Tourismus-Management*

Am Montag, den 22. Februar 2016 trafen sich rund 300 Insider aus der Hospitality Branche zum 8. HSMA eMarketing Day im Beach38 im Münchener Osten. Die „Hospitality Sales und Marketing Association“ – kurz HSMA – ist ein Verband, der die Sales- und Marketingfachkräfte aus der Hotellerie und dem Tourismus zusammenbringt und ein kompetentes und einflussreiches Netzwerk bildet. Das erklärte Ziel der Association ist es, ihre Kenntnisse in den Bereichen Distribution, Pricing, e-Commerce, Verkauf, MICE und (Online) Marketing im Netzwerk zu teilen und sich dadurch zu verbessern. Als Werkzeug veranstaltet die HSMA deswegen viele hochkarätige Events, um den direkten Kontakt und das wichtige Networking zwischen den Experten und Unternehmern zu fördern. Zu diesem Zweck wurden dieses Jahr 10 vielversprechende Start-Up Unternehmen eingeladen. Jedes für sich einzigartig und innovativ, jedoch im Kern verbunden mit einem klaren digitalen Bezug. Die Kategorien reichen von neuen Applikationen über Hotel Management Systemen bis zur neuartigen Website-Gestaltung incl. Big-Data Analyse. Vor allem für die Studenten und angehenden Tourismus-Fachkräfte ist es wichtig, immer am Puls der Zeit zu bleiben oder am besten 2 Pulsschläge voraus zu sein. Zwischen Strandkörben und Palmen durfte ich an diesem Tag einen Blick in die Zukunft des Online-Marketings werfen und die jungen Unternehmer und Unternehmerinnen kennenlernen, die neue Trends kreieren- und möchte sie euch nun in kurzen „Snapshots“ vorstellen.

### *myLike- Mobile Concierge and Digital Tour Guide*

...ist eine App fürs Smartphone. Es fusioniert quasi eine Stadtkarte, Travel Guide, Restaurantführer und Insider-Tipps im Style von Facebook. Der User kann seine eigenen Points of Interest speichern und organisieren und diese mit seinen Freunden, Gruppen oder der ganzen Welt teilen. Hotels, Reiseveranstalter und Magazine bieten die App eine Möglichkeit ihren Kunden ortspezifische Locations zu empfehlen und dabei das Marketing und direktes Feedback zu verbessern. Kundenbindung erfolgt somit kostengünstiger und ohne weitere Hardware.

Die App ist voraussichtlich ab April 2016 online. Die Beta-Version ist jetzt schon erhältlich.

Das Start-Up hat seinen Sitz in München. Check it out: [www.mylike-app.com](http://www.mylike-app.com)

### *conichi- Die Hotel-App*

...will das Gäste-Erlebnis wieder in den Mittelpunkt stellen. Via Beacon-Technologie (Funksender, die den Gast beim Betreten des Hotels erkennen) vereinfacht die App den Check-In/Check-Out Vorgang und ermöglicht auch die unkomplizierte Bezahlung per App. Das Hotel informiert den Gast online über exklusive Angebote und Leistungen. Natürlich ist auch ein verlustanfälliger Zimmerschlüssel nicht mehr notwendig. Das Start-Up wurde seit seiner Gründung 2014 schon mit vielen renommierten Preisen ausgezeichnet und schloss 2015 eine vielversprechende Kooperation mit HRS über 7 Millionen Euro ab.

Das Unternehmen sitzt im Herzen Berlins. Check it out: [www.conichi.com](http://www.conichi.com)

### *SnapShot Analytics*

Eine wichtige Waffe gegen die große Konkurrenz in der Hotelbranche ist – Information.

Die Unternehmen sammeln riesige Berge von Daten, um daraus Verbesserungspotenzial zu ziehen.

Das Problem: Big Data und statische Analysen sind für den einfachen Hotelier oft schwer auszuwerten. SnapShot Analytics bietet eine cloud-basierte Software-Lösung um Big Data schnell und übersichtlich auszuwerten und für den Hotelier „handlich“ zu machen.

Die Firma kommt aus der Start-Up Stadt Berlin. Check it out: [www.snapshot.travel](http://www.snapshot.travel)

### *hotelkit - tools to organize your hotel*

Am besten lässt man sich hotelkit selbst vorstellen: “ hotelkit ist eine webbasierte Social Intranet Plattform welche Individualhotels sowie Hotelketten hilft die interne Kommunikation zu verbessern und Qualitäts- & Prozessmanagement auf einem neuen Level umzusetzen.“ (Quelle: [www.hotelkit.net](http://www.hotelkit.net)) . Das Produkt besteht aus 7 zentralen Werkzeugen, die jeder Mitarbeiter via App auf seinem Smartphone, Tablet und PC jederzeit zur Hand hat. Zum Beispiel wird Fachwissen als *Handbuch* weitergegeben, neue MA können somit schnell und smart eingearbeitet werden. *Aufgaben, Termine, Check Listen* optimieren den Arbeitsalltag und vermindern Fehler. *Umfragen* und Raum für eigene *Ideen* bieten dem MA eine Möglichkeit sich selbst im Unternehmen miteinzubringen. Ganz nach dem Motto: Zufriedenen Mitarbeitern folgen zufriedene Gäste folgen zufriedene Eigentümer.

Ihr findet hotelkit in Salzburg und unter: [www.hotelkit.net](http://www.hotelkit.net)

### *hetras – cloud-based hotel management software*

Jedes Hotel hat und braucht eine Hotel Management Software. hetras bietet ein Produkt, welches die Prozesse zentralisiert und optimiert, durch ein einfaches Interface die Mitarbeiter entlastet und die Schnittstellen zur Customer Journey impliziert. Außerdem bietet es dem Gast die moderne Möglichkeit eines mobile-/Kiosk-Check In. Alles aus einer Hand: Von Front Office über Business Reports, Distribution und Reservierung bis zum Housekeeping und der Buchhaltung unterstützt die Software bei der Automatisierung und Handhabung.

Das Unternehmen sitzt in München und Zell am See. Für mehr Infos: [www.hetras.com](http://www.hetras.com)

### *Digital Amenities*

...ist ein Neologismus. *Amenities* sind Annehmlichkeiten, Vorzüge. Was auf Deutsch eher nicht so attraktiv klingt, setzt das Kölner Start-Up in ihren Websites allerdings optimal um. Ihr schlagkräftigstes Argument: eine moderne Website in nur 2 Wochen! Natürlich „search engine“ optimiert und im Corporate Design des Kunden. Das Unternehmen sieht die „Software as a Service“ und bietet in nur 4 Schritten eine professionelle Website zu monatlichen Pauschalbeträgen. Welche *Amenities* das Start-Up noch anbietet? Discover at: [www.digitalamenities.de](http://www.digitalamenities.de)

### *gurado – Das Gutschein- & Ticketsystem*

Das Start-Up mit viel digitaler Erfahrung kümmert sich für seine Kunden um den gesamten Ablauf von Gutscheinverkauf, -verwaltung und -vermarktung. Es bietet sowohl online (App, Email, Website, etc.) als auch offline (per Brief o. direkt an der Kasse) Lösungen, als auch individualisierbare Gutscheine an. Drei monatliche Tarif-Pakete erlauben es dem Kunden auszutesten, welche Leistungen am besten zum eigenen Unternehmen passen.

Der gurado-Sitz befindet sich in Dortmund, online findet man sie hier: [www.gurado.de](http://www.gurado.de)

### *RateBoard- Nachfrage-Management für die Ferienhotellerie*

Das schnelle und dynamische Umfeld des Online-Vertriebs ist oft eher ein Problem als ein Vorteil, für die meisten Hoteliers. Ein gutes Revenue Management ist ausschlaggebend für einen möglichst großen Umsatz. Genau hier steht RateBoard mit seiner „Software as a Service“-Lösung parat. RateBoard analysiert sämtliche Determinanten (Buchungshistorie, Konkurrenzpreise, Events, Wetter, Social Media Daten und Online-Bewertungen) und berechnet den optimalen Zimmerpreis. Diesen kann der Hotelier unkompliziert sofort an alle Online-Buchungskanäle übermitteln. Einen einfachen, aussagekräftigen Überblick über Marktlage, Gäste und Wirtschaftlichkeit seines Hotels garantiert die verständliche Benutzeroberfläche. Das personell noch kleine Start-Up aus Innsbruck (AT) arbeitet bereits mit führenden Hotels im Alpenraum zusammen. Mehr darüber: [www.rateboard.info](http://www.rateboard.info)

### *ROOMBONUS*

Dass das Online Buchungsverhalten im Tourismus kontinuierlich steigt ist keine neue Erkenntnis, jedoch für viele Unternehmen eine Herausforderung. Denn die OTAs fordern oftmals hohe Kommissionen, die wiederum den Umsatz pro Buchung für das Hotel dezimieren.

ROOMBONUS greift genau hier ein –und sorgt auch noch für eine smarte Kundenbindung!

Das Konzept ist so einfach wie genial. Statt hohen Kommissionen bezahlt der Hotelier pro Buchung nur einen geringen Betrag...also keine Buchung, keine unnötige Kommissionszahlung. Bei Buchung darf sich der Gast eine kostenlose Zusatzleistung (wie zum Beispiel Champagner, Massage oder ein Dinner 2-for-1) aussuchen – und zahlt immer noch den Bestpreis. Das Hotel steht dann im direkten Kontakt mit dem Gast und kann dementsprechend die Kundendaten für besseres Guest Relationship Management nutzen. Ein ganz junges Unternehmen aus Wien, das vermutlich im Sommer 2016 online gehen wird. Mehr erfahren unter: [www.roombonus.com](http://www.roombonus.com)

### *Particulate – Marketing & soziales Engagement*

*Corporate Social Responsibility* ist das Stichwort. Das soziale Engagement der Unternehmen bewegt die Gäste immer mehr zu einer Kaufentscheidung. Deswegen hilft Particulate seinen Kunden dabei, ehrliche und glaubhafte CSR-Kommunikation zu betreiben. Ein Beispiel: Mit socialfunders.org können Betriebe ihren Gästen sogenannte „social coins“ schenken (online & offline; im CI-Design des Betriebs), welche die Gäste dann an soziale Einrichtungen spenden können. Der Gast kann also entscheiden, wohin der Betrieb in seinem Namen einen wohltätigen Betrag spendet.

Particulate schafft dadurch neben Kaufanreizen auch eine stärkere Marken- und Kundenbindung – denn gemeinsame Verantwortung schafft gegenseitiges Vertrauen.

Das sympathische Start-Up mit dem Sitz in Koblenz findet man online unter: [www.particulate.me](http://www.particulate.me)

Das Interessante an Start-Up Unternehmen ist ja, dass sie noch relativ unbekannt sind, aber die Trends und neuen Produkte schaffen, die reife, etablierte Tourismusunternehmen nur selten entwickeln. Junge Mitarbeiter/-innen und der ständige Hunger nach Innovation und Steigerung zeichnet die meisten aus, und ist deswegen auch ein attraktives Arbeitsumfeld für junge Berufseinsteiger und Studenten/-innen. Besonders gut gefallen an den Gesprächen mit einigen der Unternehmensmitarbeiter oder sogar Gründern, hat mir der lockere Umgang auf Augenhöhe. Natürlich hat auch die gemütliche Location im Beach38 ([www.beach38.de](http://www.beach38.de)) seinen Teil dazu beigetragen, aber man spürt deutlich, dass das „networken“ für alle Beteiligten sowohl *Business* als auch *Pleasure* ist, und trotzdem – oder eben deswegen- inhaltsvoll und zukunftsweisend. Für mich war es eine großartige Erfahrung und eine Freude, diese 10 Start-Ups und die Macher dahinter kennenzulernen. Und ich bin gespannt darauf, wie diese jungen Unternehmen die Tourismus- und Hotellerie-Branche in Zukunft verändern werden.

Weitere Informationen zum HSMA eMarketing Day finden Sie unter:

<http://www.hsma.de/emd2016/>