

Private Selection Hotels setzen auf dreidimensionale Erlebnisse

Die Mitgliederversammlung der Private Selection Hotels & Tours im Hotel Schweizerhof Luzern stand unter dem Motto «Dreidimensionales Erlebnis-Design».



Impressionen von der zweitägigen Mitgliederversammlung in Luzern.

Bild: Jan Fellmann

Die zweitägige Mitgliederversammlung der Private Selection Hotels & Tours fand dieses Jahr im Hotel Schweizerhof Luzern statt. Verschiedene Referenten haben den Mitgliedern wegweisende Neuigkeiten präsentiert, allesamt unter dem Motto der Dreidimensionalität. Zunächst informierte Alexander Fläckel (IRC Schweiz) zum Thema «dreidimensionale Kommunikation» über den neuen IRC Messenger, der es ermöglicht, das Gästebefinden bereits inhouse abzurufen und so bereits während des Aufenthaltes zu reagieren.

Joana Nann präsentierte die dreidimensionalen Vorteile, die eine Zertifizierung durch Green Globe versprechen: Das Einsparen von Energie und Wasser, die Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und das Wachstum von Gästen und Logiernächten sind drei gute Gründe, die Nachhaltigkeit im Betrieb nicht nur zu leben, sondern auch zertifizieren zu lassen.

Am zweiten Tag zeigte dann Wolfgang Gleirscher von Outdooractive, Europas grösster Outdoor-Plattform, den Mitgliedern auf, wie sie von den Möglichkeiten dieses schnell gewachsenen Start-ups profitieren können. Er führte so in das dreidimensionale Erlebnis-Design ein und zeigte die unzähligen Möglichkeiten der Digitalisierung auf. Marcus Hess präsentierte an der Mitgliederversammlung im Hotel Schweizerhof Luzern das zentrale Reservationssystem «Busy Rooms», welches Revenue, Marketing und Distribution in einem ermöglicht.

Private Selection Hotels wollen verstärkt mit Tour-Operators kooperieren

Die Private Selection Hotels wollen in Zukunft verstärkt auf Kooperationen mit Tour-Operatoren setzen, da diese eine bessere Auslastung in der Nebensaison oder an tiefer frequentierten Wochentagen ermöglichen. Ausserdem können Hoteliers damit Reichweite und neue Märkte dazugewinnen und Teile des Marketings werden von den jeweiligen Geschäftspartnern übernommen.

Helmut Kolb zeigte diesbezüglich im «Schweizerhof Luzern» die Möglichkeiten bei der Zusammenarbeit von Hoteliers mit Tour-Operatoren auf. Er war die letzten acht Jahre Geschäftsführer von STC London und hat dort mit grossem Erfolg das B2B Business (Incoming Schweiz / Europe) für alle englischsprachigen Märkte aufgebaut. (htr)

Publiziert am Mittwoch, 10. April 2019