

## Referenzbeispiel Asset Management II

Das Hotel wurde im ersten Schritt neu positioniert und dann am Markt eingeführt. Durch die neue Positionierung konnte mit speziellen Packages u. a. Reiseveranstalter gewonnen werden, welche kurzfristig ein beachtliches Volumen an Zimmerkontingenten buchten und auch belegten. Parallel zu den umfangreichen Aktivitäten wurde auch der Internetauftritt optimiert und führte nicht nur in den elektronischen Vertriebskanälen zu Ergebnisverbesserung, sondern auch zu einer Zunahme der Buchungen über das Internet.

Die Akzeptanz des Hotels und die daraus resultierende verbesserte Ergebnissituation ermutigte die finanzierende Bank, die für den nachhaltigen Erfolg des Betriebes erforderlichen Investitionen in

- 11 zusätzliche Zimmer
- Umbau/Renovierung des kleinen Wellness- und Beautybereiches
- Neue Wegeführung (Aufzug, Flure, Treppen)
- Neue Gestaltung der Empfangshalle
- Ersetzen von veralteter Technik im Bereich der Haustechnik & Küche zu tätigen.

In 2005 konnte eine Gesamtjahresbelegung von 77% erreicht werden.

### Praxisbeispiel II: Hotel im Bayrischen Wald

- 1 Start der Analyse mittels Hotel-Check
- 2 Festlegung und Umsetzung der Marketingaktivitäten
- 3a Ausarbeitung des Marketingplans für das Folgejahr
- 3b Anpassung der Marketingaktivitäten für das nächste Quartal

