

HARD ROCK HOTEL DAVOS & BERNER+BECKER

Eine Erfolgsgeschichte

berner
becker 
revenue management



DAVOS

HARD ROCK HOTEL DAVOS

- **Anzahl Zimmer:** 94
- **Standort:** Davos, Schweiz
- **Hoteltyp:** Kettenzugehörig
- **Service:** Outsourced Revenue Management
- **Start der Zusammenarbeit:** Oktober 2017



HARD ROCK HOTEL DAVOS

Herausforderungen

- **Preispolitik und Performance Fokus** definieren
- **Expansion** und adäquate Nutzung des **Distributions-Netzwerks**
- **Implementierung einer Revenue Management Kultur** im Hotel

Lösungen

- Benchmarking Analyse
- Pricing nach Day of Week in verschiedenen Saisonzeiten
- Zimmerkategorienaufschläge
- Special Event Optimierung
- Entwicklung von Basisgeschäft über Gruppen und Promotion Partner
- Adäquates Pricing von vertraglich festgelegtem Geschäft
- Anschluss alternativer Distributionsmöglichkeiten
- Transparenz über die Strategie des Hard Rock Hotel Davos für alle Stakeholder
- Konstante Abstimmung zu Aktionen und Entwicklungen über definierte Kommunikationswege

Ergebnisse

- **RGI** von **45 in 2017** (vor Beginn der Zusammenarbeit) zu **152 in 2020** entwickelt
- Umsatzverdopplung innerhalb 2 Jahren
- Belegungsseitiges Wachstum in der Low- und Medium-Saison machte 60% des Gesamtwachstums während der Zusammenarbeit aus
- Starkes Ratenseitiges Wachstum in der High-Saison
- Zeit = Geld; die besser abgestimmten Prozesse ermöglichen den zusätzlichen Fokus auf Sales, Business Development und Operations Themen zur Unterstützung der Performance Verbesserung

HARD ROCK HOTEL DAVOS

Kontext

Mit dem Hard Rock Hotel Davos verbindet berner+becker revenue management eine langjährige erfolgreiche Zusammenarbeit. Den Anfang machte 2017 die Erkenntnis, dass es für die Ausschöpfung des vollen Potenzials in einem umkämpften Markt (Überangebot an Hotels) mit saisonal bedingten Zyklen und nur wenigen Zeiträumen mit Excess Demand Spezialisten benötigt, die zusammen mit dem Hotelteam verschiedene Aspekte des Geschäfts neu strukturieren und optimieren.



"berner+becker war uns eine professionelle Hilfe bei der Eröffnung unseres Hotels und bei den Branding Aktivitäten mit Hard Rock International. Durch diese effiziente und strukturierte Unterstützung konnten wir diese Herausforderungen erfolgreich meistern und profitieren nun im täglichen Umgang mit dem Revenue Management vom exzellenten Knowhow der Spezialisten von berner+becker."

HARD ROCK HOTEL DAVOS

Key Challenges

Mit einer damals in Zentraleuropa gering bekannten Marke im Hotelbereich und dazu noch in für Hard Rock Hotels untypischer Lage, kämpfte das Hotel mit einer Premiumpreispolitik um Belegung. Marktrelevanz im Pricing blieb dabei oftmals auf der Strecke, sodass im saisonal geprägten Umfeld weder schwach noch stark nach-gefragte Zeiträume performten.

Vorhandenen Distributionsmöglichkeiten wurden nicht adäquat genutzt oder zu teuer bespielt. Es fehlte an Kanälen, die in allen Saisonzeiten starke Volumina produzieren konnten.

Im Hotel bestand also der klare Bedarf für professionelle Unterstützung im Revenue Management, um Zeit zu schaffen für die Strukturierung von Business Development und Sales Aktivitäten.

Folgende Challenges mussten gelöst werden:

- **Preispolitik und Performance Fokus** definieren (Occupancy oder ADR) in verschiedenen nachgefragten Zeiträumen
- **Expansion** und adäquate Nutzung des **Distributions-Netzwerks**
- **Implementierung einer Revenue Management Kultur** im Hotel

Benchmarking

- Detaillierte Nachfrageanalyse mit Benchmarking Daten erstellt
- Identifizierung klarer Opportunities für die Performance-Verbesserung
- Ergebnis:
 - Winter- und Sommersaison mit verschiedenen Gästegruppen mit unterschiedlicher Zahlungsbereitschaft in Davos
 - Demand an Wochenenden deutlich höher (80-100% Occ.) als unter der Woche (30-40% Occ., außer Ferienzeiten).

Pricing

- im Sommer Preisdifferenzen zwischen Midweek und Weekend bei ca. 40 CHF
- im Winter Preisdifferenzen zwischen Midweek und Weekend deutlich höher bei über 150 CHF
- Abgleich mit Market Share Daten des Hard Rock Hotels machte deutlich, dass auf Belegungsseite eine große Lücke zum Markt bestand
- Ratenseitig lag man weit über dem Markt – dieses Bild zeigte sich in allen Nachfragezeiträumen.

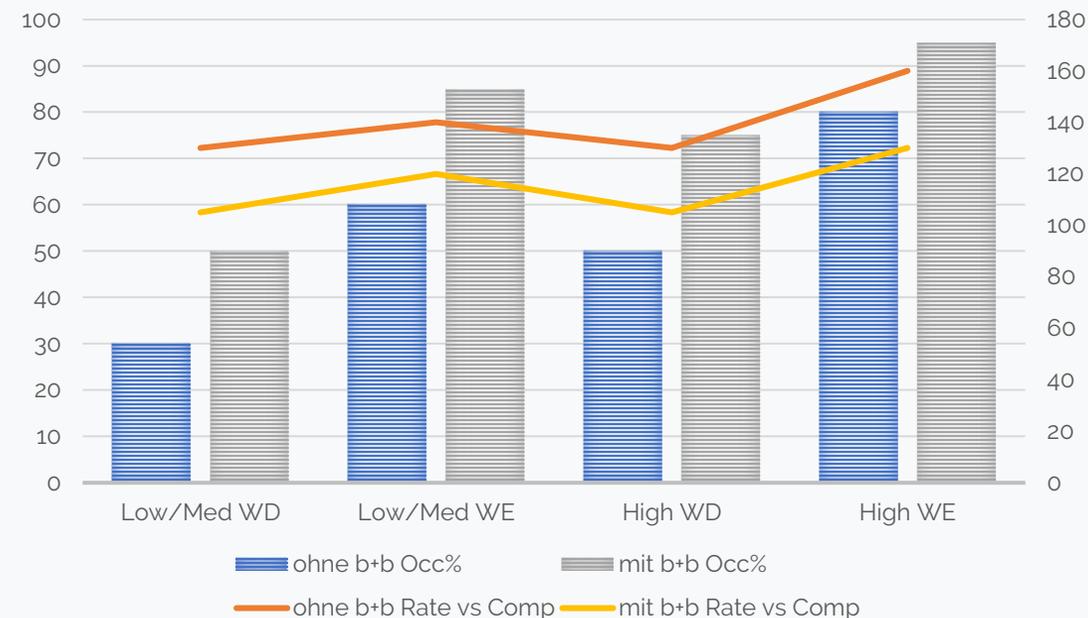
Positionierung

- Neupositionierung aus Preisperspektive fand statt, um weiterführend den Erwartungen an das F&B- sowie dem TREV- Budgets gerecht zu werden
- bessere Balance von ADR und Belegung wurde angestrebt
- vom teuersten Produkt wurde die Positionierung demand-abhängig ins Mittelfeld gezogen und nach Ermessen auch noch attraktiver gestaltet
- Neu definierte Preispunkte und Kategorienaufschläge, sowie ein Kategorienüberbuchungsansatz schafften Basis für mehr Volumen

HARD ROCK HOTEL DAVOS

Saisonalität und Events

- Low- und Medium-Saison konnte belegungsseitig stark verbessert werden
- High-Saison konnte durch ADR-steigernde Maßnahmen und Steuerung optimiert werden
- „Win the off-season, win the year“ ist treffend, denn 60% der Performance Verbesserung resultierte aus den Maßnahmen in der Low- und Medium-Saison
- Die wenigen Peak Zeiträume wie z.B. das World Economic Forum (WEF) wurden durch eine nach oben angepasste Preispositionierung performance-seitig stark verbessert



Distribution

- Erhöhung der Sichtbarkeit zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und Wahrnehmung des Hard Rock Hotels zur Erzielung eines entsprechend Return on Investment. Dieser zeigte sich in erhöhten Produktionszahlen.
- Entwicklung des fehlenden Basisgeschäfts durch Aufbau langfristiger Gruppen- und Promotionpartner
- Starker Volumenzuwachs durch Teilnahme an taktischen Promotions und Flash Sales mit hoher Reichweite.
- Ausstattung der Kongressbuchungsseiten mit wettbewerbsfähigem Pricing und Verfügbarkeiten zeigte einen hohen Anstieg an Kongressgeschäft
- Die Überarbeitung der Wholesaler/Tour Operator Ratenstruktur und die Erweiterung des Partnernetzwerkes führte dank hohem Leisureanteil im Markt zu einem deutlichen Impact

Revenue Management Kultur

Zur Schaffung und Aufrechterhaltung von strategischem Verständnis für das Thema Revenue Management, wurden in Updates und Revenue Meetings die Maßnahmen zur Performance-Optimierung fortlaufend gemeinsam besprochen und erläutert.

Dank regelmäßiger Auswertungen durchgeführter Aktionen und fortlaufende Beobachtung und Modifikation des Geschäftsmix durch berner+becker, konnte das Hotelteam vollen Fokus auf die Bereiche Sales, Business Development und Operations legen.

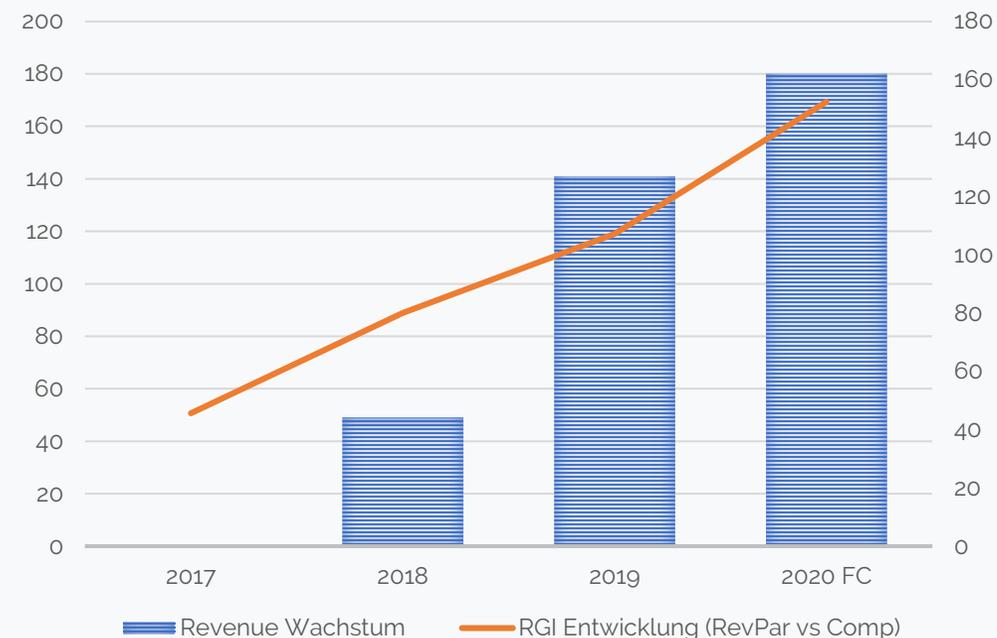
Mit großem Erfolg!

HARD ROCK HOTEL DAVOS

Erfolge

Blicken wir auf die bisherigen Ergebnisse zurück, so lässt sich binnen 2 Jahren ein Anstieg des Umsatzes von nahezu 100% feststellen. Da 2018 allerdings das erste volle Geschäftsjahr war, ist ein starker Umsatzanstieg seither auch keine Überraschung.

Vielmehr bemisst sich der Erfolg der Zusammenarbeit in der Performance gegenüber dem festgelegten Mitbewerberset. Dem Hard Rock Davos ist die Wandlung vom mittelmäßig performenden Hotel (RGI 2017: 45.6) zum bestperformendsten Hotel des Marktes gelungen (RGI YTD 2020: 152.4)!



HARD ROCK HOTEL DAVOS

Ausblick

Weiteres Potenzial zur Steigerung der Performance liegt vor dem Hotel, allen voran durch den Ausbau von CRM-Aktivitäten sowie im Online Marketing Bereich, die mittelfristig zur weiteren Steigerung des Bekanntheitsgrads führen sollten und es wiederkehrenden Kunden sowie Stammkunden leicht macht, sich wieder für das Hotel zu entscheiden. In Zeiten, in denen eine Wandlung hin zu naturnahen und erholsamen Erlebnisurlaube stattfindet, hat das Hard Rock Hotel Davos entscheidende Standortvorteile und kann mit gezielter aktiver Beeinflussung des Geschäfts durch Revenue Management auf eine positive Zukunft blicken.

Über Hard Rock Davos und berner+becker

Im Hard Rock Hotel Davos trifft die Power des Rock'n Roll auf die Schönheit der Schweizer Alpen und schafft damit ein unvergessliches Erlebnis von Anreise bis Abreise. Was auch immer Sie nach Davos führt, Sie werden bleiben wollen, sobald Sie vom Hard Rock-Lifestyle erfasst wurden. Der perfekte Ort für eine Auszeit vom Alltag, der ideale Platz für geschäftliche Treffen und Tagungen sowie traumhafte Hochzeiten. Setzen Sie unser Hotel noch heute auf Ihre Chartliste und lassen Sie uns Ihre Wünsche verwirklichen.

berner+becker bietet allen Hotels Zugang zu professionellem und maßgeschneidertem Revenue Management. Von Outsourcing über Beratung bis hin zu Trainings, bietet berner+becker einen umfassenden Ansatz, um langfristig die Umsätze und Gewinne der Kunden zu optimieren.