

Kunden  
Leitfaden

# DAS ARTHOTEL BAKKER VERKAUFT ANDERS...

+20%  
Umsatz  
Dynamisches  
Inventar

DYNAMIC  
INVENTORY

AI

Gauvendi

## Erfahre, wie das arthotel bakker 30% Umsatzwachstum und 70% Automatisierung bei Reservierungen erreicht.

### Hotelkontext

Das arthotel bakker, ein Teil der InselLust Resort Borkum Familie, wird seit 2011 von Neele Benken und Sören Hüppe geleitet. Mit 62 Zimmern erfreut es sich vieler Stammgäste und hat einen hohen Personalaufwand, denn es verzeichnet hohe Buchungszahlen per E-Mail und Telefon aufgrund spezieller Gästewünsche.

### Herausforderung

Das Hotel sieht sich mit zahlreichen Herausforderungen im Betrieb und Vertrieb konfrontiert. Besonders hervorzuheben ist, dass viele der Gäste spezifische Anforderungen an ihre Unterkunft haben, darunter den Bettentyp, Zimmergrößen, Balkongrößen sowie Präferenzen für bestimmte Ausblicke und Zimmerlagen. Aufgrund der Personalherausforderungen besteht ein dringender Bedarf an einem Reservierungssystem, das in der Lage ist, diese individuellen Anforderungen effizient und automatisiert zu verwalten. Gleichzeitig verfolgt das Hotel das Ziel, jüngere Kunden anzusprechen und höhere Preise durchzusetzen.

Die Einführung einer Mindestaufenthaltsdauer von vier Nächten sollte den Betrieb vereinfachen, verursacht aber ungewollte Buchungslücken. Die Lücken wurden in nachfragehohen Zeiten telefonisch geschlossen. Unter anderem auch an Gäste, die bereit sind, ihr Zimmer während des Aufenthaltes zu wechseln. Diese Buchungsstrategie hat jedoch die direkte Kommunikation mit Gästen und damit den Arbeitsaufwand durch mehr E-Mails und Anrufe stark erhöht.

### Die Lösung

Das Hotel hat drei GauVendi-Produktmodule zur Lösung seiner Herausforderungen eingeführt: die Internet Sales Engine (Next-Gen Buchungsmaschine), den Sales Optimizer und Inventi-Flow. Diese Module erlauben dank der dynamischen Inventarstruktur von GauVendi den Verkauf derselben physischen Zimmer auf viele verschiedene Arten, vollautomatisiert und ohne Überbuchungsrisiko. Mit der Einführung des GauVendi-Systems wurde der personalisierte Buchungsprozess, das Management von Restriktionen sowie die Zimmerzuweisung automatisiert und optimiert, um maximale Belegung und Umsatz zu erzielen.

### Die Umsetzung

Im ersten Schritt erstellte sich durch die Erfassung relevanter Merkmale automatisiert ein verbessertes und detaillierteres Zimmerinventar. Im nächsten Schritt wurden zusätzliche Zimmerprodukte aufgesetzt – unabhängig von den tatsächlichen physischen Zimmern. Die Produkte waren darauf ausgerichtet, die Präferenzen unterschiedliche Zielgruppen und deren Zahlungsbereitschaft zu berücksichtigen sowie neue Gästegruppen hinzuzugewinnen. Dies ermöglicht eine optimale Preisgestaltung innerhalb der Produktauswahl, inklusive der Bepreisung relevanten Merkmalen. Dank des dynamischen Inventars können Reservierungen basierend auf den Gästepräferenzen automatisiert zugewiesen werden und führen damit zu einem transparenten und besseren Aufenthaltserlebnis. Beispiel: Größere Einzelzimmer mit entsprechender Bettgröße wurden auch als „Gemütliche Doppelzimmer“ angeboten und boten damit eine preiswertere Alternative für kostenbewusste Paare.

Als nächstes wurden die Zimmer- und Aufenthaltsprodukte den geeigneten Vertriebskanälen zugeordnet. Besonders Stammgäste profitierten nun davon, über die Webseite die Zimmereigenschaften nach eigenen Präferenzen auszuwählen und zu bestätigen, wodurch einerseits die direkten Anfragen an das Hotelpersonal reduziert und zeitgleich das Buchungserlebnis für Gäste verbesserte wurde.



### Erzielte Ergebnisse

- ✓ 30% höhere Gesamteinnahmen
- ✓ Online-Direktbuchungen auf 79% gestiegen (43% Zuwachs)
- ✓ 70% weniger Telefon- & E-Mail-Anfragen durch Automatisierung
- ✓ Erhebliche Zeitersparnis beim Reservierungsmanagement
- ✓ Gesteigerte Gästezufriedenheit (laut Personal und Google-Bewertungen)

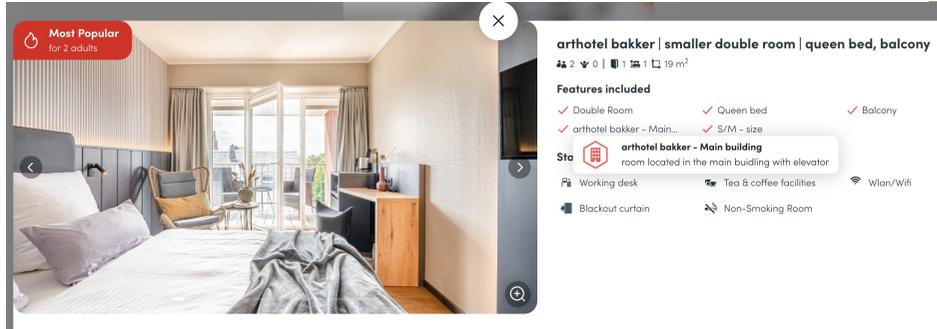


**GauVendi zu nutzen war wie eine eierlegende Wollmilchsau für unser Geschäft – und steigerte unseren Umsatz um 30%.**

**Soeren Huppe,**  
Geschäftsführer - arthotel bakker

## 1. Internet Sales Engine (ISE)

Die ISE hat die bisherige Buchungsmaschine des Hotels ersetzt und ermöglicht Gästen eine personalisierte Buchung. Mit Hilfe von künstlicher Intelligenz werden relevante Produkte für jeden Gast passend ausgespielt und angeboten. Gäste können Zimmer basierend auf Vorschlägen (z.B. Gästefavorit, Unser Tipp) auswählen oder mit Hilfe des Konfigurators das Zimmer basierend auf den eigenen Vorlieben erhalten. Das System erleichtert die Verwaltung von Zimmern und Preisen, steigert den Verkauf und die Betriebseffizienz durch dynamische Produktangebote und automatisierte Zimmerzuweisung.



### Top 5 meistverkaufte Zimmerprodukte

1. Leuchtturmblick-Zimmer mit Balkon
2. Kleineres Doppelzimmer, Queen-Bett, Balkon
3. Doppelzimmer mit Balkon
4. Kleine Auszeit mit Sauna
5. Gemütliches Doppelzimmer, Queen-Bett & Balkon

## 2. Sales Optimizer

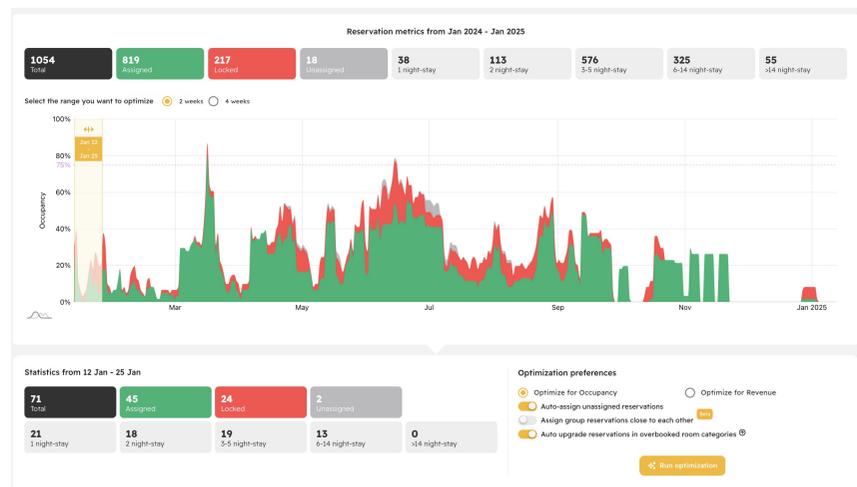
Dieses Modul unterschützt die Maximierung des Verkaufs, indem es automatisch die Aufenthaltsdauer verwaltet und nach Verfügbarkeit anpasst. Es eliminiert dadurch effektiv das Problem von geteilten Aufenthalten – sogenannten Split Stays - und verhindert die Überbuchung von Zimmerkategorien. Im Gegenzug ermöglicht der Sales Optimizer das reibungslose und automatisierte Füllen von Belegungslücken. Die Implementierung dieses Moduls hat wesentlich dazu beigetragen, dass das Hotel über längere Zeiträume hinweg kontinuierlich eine Belegungsrate von 100% erreichen konnte.

MRFC070 - Guest House Wilhelm   single room		W 09 Einzel	W 10 Einzel	W 12 Einzel	W 13 Einzel	W 14 Einzel	W 15 Einzel	W 16 Einzel	W 17 Einzel
Available (Room) Count		2	2	1	1	2	2	3	3
Adjustment		0	0	0	0	0	0	0	0
(Room) to Sell (PMS Sync)		2	2	1	1	2	2	3	3
Lowest Price - Highest Price		81.00 - 90.00	81.00 - 90.00	81.00 - 89.00	81.00 - 89.00	100.00 - 111.00	100.00 - 111.00	100.00 - 111.00	100.00 - 111.00
Product Restrictions		3 - 8 nights	3 - 7 nights	3 - 6 nights	3 - 5 nights	3 - 4 nights	3 - 3 nights	2 - 2 nights	1 - 1 nights

## 3. Inventi-Flow

Dieses Modul optimiert den Zimmerzuweisungsprozess des Hotels durch fortschrittliche Managementalgorithmen. Diese sorgen dafür, dass Reservierungen strategisch so zugewiesen werden, dass entweder die Belegung oder das Umsatzpotential für jede Nacht maximiert wird und dies über einen Gesamtzeitraum von entweder zwei oder vier Wochen. Mit der dynamischer Neuweisung werden Reservierungen ständig angepasst, um den Zimmerplan zu optimieren.

Zusätzliche Funktionen berücksichtigen unterschiedliche Szenarien. So kann das System mit der automatisierten Zuweisungsfunktion Reservierungen die Zimmer zuweisen, die bisher noch nicht platziert sind. Auch kann es automatisch bei Überbuchung einzelner Kategorien die Zuweisung in höherwertige Zimmer durchführen und die Bedarfe bei Gruppenbuchungen berücksichtigen.



**Mehr Informationen**  
[info@gauvendi.com](mailto:info@gauvendi.com)

GauVendi ist ein durch künstliche Intelligenz angetriebenes Verkaufssystem, um Aufenthaltsprodukte zu gestalten, zu bepreisen, zu präsentieren, zu vertreiben und auf hochdifferenzierte und automatisierte Weise zu bewerben.