



**Ausgabe 2, Nr.2 Frühjahr 2006**

## **Begrüßung durch die Präsidentin**

Der Vertrieb von Hotelprodukten schlägt neue und innovative Richtungen ein. Vor diesem Hintergrund hält HEDNA an seiner bewährten Philosophie fest: Inspiration und Information durch Innovationen. In diesem Newsletter erhalten Sie neben aktuellen Informationen zu unserer Organisation auch interessante Einblicke in die dynamische Welt des elektronischen Vertriebs.

Ich bin sehr stolz, dass ich vor kurzem zur HEDNA-Präsidentin für das Jahr 2006 gewählt wurde. Mein Vorgänger Jimmy Suh kann aufgrund seiner anspruchsvollen neuen Position bei Club Quarters seine Aufgaben als Präsident der Organisation leider nicht mehr wahrnehmen. Wir wissen das hohe Engagement von Jimmy Suh während seiner Amtszeit sehr zu schätzen und wünschen ihm für seine zukünftige Tätigkeit alles Gute. Unser neuer Vorstand wird alles daran setzen, um Ihre Bedürfnisse zu erfüllen und unser Ziel zu erreichen, im Hotelvertrieb durch Innovation und Inspiration etwas zu bewegen. Bitte wenden Sie sich mit Ihren Ideen und Ihrem Feedback an mich oder eines der anderen Vorstandsmitglieder. Auf <http://www.hedna.org/connect/board.shtml> finden Sie eine Liste mit den Vorstandsmitgliedern und den entsprechenden Kontaktinformationen.

Vor kurzem ist die neu gestaltete Internetseite von HEDNA unter [www.HEDNA.org](http://www.HEDNA.org) an den Start gegangen. Diese soll als Hauptinformationsquelle für Vertriebsfachkräfte der Tourismusbranche dienen. Für die Realisierung der neuen Website haben wir mit Open World, einem preisgekrönten Anbieter von E-Commerce-Lösungen, zusammengearbeitet. Der Beitrag auf der linken Seite liefert Ihnen ausführliche Informationen zu den in Phase 1 entwickelten Funktionen. Weitere Verbesserungen werden demnächst in den Phasen 2 und 3 folgen.

Zwischen dem 21. und 23. Mai erwartet Sie eine weitere interessante Konferenz, die Sie keinesfalls verpassen sollten. Veranstaltungsort wird diesmal der Steigenberger Frankfurter Hof in Frankfurt a.M. sein. Hochrangige Referenten werden zu einer Vielzahl von Themen sprechen, die für alle Vertriebsmitarbeiter relevant sind. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Mit freundlichen Grüßen

Tiffany Topcik

## Neue Website von HEDNA

Wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass Sie die Website [HEDNA.org](http://HEDNA.org) jetzt in einem neuen Look begrüßt. Während der ersten Phase der Neugestaltung lag das Hauptaugenmerk auf einem eleganteren Erscheinungsbild mit einer verbesserten Funktionalität und einer erhöhten Nutzerfreundlichkeit. Gemeinsam mit [Open World Ltd.](http://Open World Ltd.) ([www.openworld.org](http://www.openworld.org)) gestaltete HEDNA eine Internetseite, die sich als Hauptinformationsquelle für den elektronischen Vertrieb von Hotelprodukten etablieren wird. Damit soll ein einzigartiges Online-Erlebnis geboten werden.

Bei der Neugestaltung haben wir großen Wert darauf gelegt, alle Funktionen beizubehalten, die den Mitgliedern von HEDNA am wichtigsten sind. Dazu zählen unter anderem Konferenzinformationen und Online-Registrierung; Publikationen mit ausführlichen Erläuterungen, Kurzfassungen und Bestellformularen; eine Job-Börse mit verfügbaren Stellenangeboten aus der Branche und qualifizierten Bewerbern aus dem Vertrieb; Initiativen, Projekte und Ressourcen des Komitees sowie Präsentationen von vergangenen HEDNA-Konferenzen und -Veranstaltungen.

Gehen Sie auf [www.HEDNA.org](http://www.HEDNA.org) und speichern Sie die Internetseite in Ihrem Favoriten-Ordner.

---

---

### • Melden Sie sich jetzt für die Konferenz im Mai an

Der Vertrieb von Hotelprodukten ist einem schnellen Wandel unterworfen. Mit neuen Technologien, Geschäftsmodellen und Marketingansätzen sollen immer mehr Kunden weltweit angesprochen werden. Es stellt sich jedoch die Frage, welche Ideen Sie umsetzen sollten und welche sich als weniger günstig erweisen. Denn nur so können Sie den dauerhaften Erfolg Ihres Unternehmens im Hinblick auf die unzähligen Herausforderungen sichern, denen sich Ihr Geschäft stellen muss. Auf der internationalen HEDNA-Konferenz 2006 haben Sie die Chance, wertvolle Anregungen von führenden Vertriebsunternehmen zu erlangen und zukunftsweisende Ideen kennen zu lernen.

Bei interaktiven Foren, Fallstudien und Präsentationen stehen unter anderem folgende Themen im Mittelpunkt:

- Die Herausforderungen des globalen elektronischen Zahlungsverkehrs meistern
- Mit GDS und den Alternativen zu GDS Schritt halten
- Globale IDS-Entwicklung
- Vertrieb und Kundenerlebnis im Wandel
- Fortschreitende Automatisierung bei Gruppenreisen
- Reiseveranstalter im Internet
- RSS – Was steckt dahinter?

**Henry Harteveldt**, Vizepräsident von Forrester Research, wird den Dialog eröffnen und sich verschiedenen Aspekten widmen, die für den Erfolg in der dynamischen globalen Vertriebsumgebung ausschlaggebend sind. **Dr. Rach**, Direktorin des Tisch Center for Hospitality an der NYU, wird die beliebten IDS- und GDS-Foren moderieren. Mit ihren berühmt-berüchtigten direkten und hartnäckigen Fragen wird sie eine offene, interaktive Forumsdiskussion leiten und ohne Frage eine Debatte anregen, die weit über die HEDNA-Konferenz hinaus wirken wird. Beide Experten haben schon bei früheren HEDNA-Konferenzen gesprochen und sich dabei die Anerkennung der Teilnehmer verdient.

Nicht verpassen sollten Sie außerdem die Präsentation von **Connie Penn** von MasterCard. Sie wird zum Thema Kreditkartenverifizierung sowie deren Auswirkungen auf den Hotelvertrieb sprechen.

Das Programm wird derzeit durch zahlreiche weitere hochrangige Sprecher ergänzt. Auf der Website der Konferenz erhalten Sie regelmäßig aktuelle Veranstaltungsinformationen.

Bitte beachten Sie, dass der Steigenberger Frankfurter Hof für Buchungen **vor dem 27. März** spezielle Zimmerpreise zur HEDNA-Konferenz anbietet. Diese unterliegen der Verfügbarkeit und beziehen sich auf den Zeitraum vom 27. März bis zum 3. Mai 2006.

**Sponsoring-Möglichkeiten:** Wenn Sie als Sponsor der Konferenz auftreten möchten, schreiben Sie bitte eine E-Mail an Catherine McDonald unter [cmcdonald@disa.org](mailto:cmcdonald@disa.org), um weitere Informationen zu erhalten. Sie können sie auch anrufen unter +1 703 970-2064. Eine Broschüre zum Thema Sponsoring kann unter folgender Adresse heruntergeladen werden:  
[http://www.hedna.org/pdf/06may\\_prospectus\\_final.pdf](http://www.hedna.org/pdf/06may_prospectus_final.pdf).

Auf dieser Internetseite erhalten Sie alle wichtigen Informationen zur Konferenz:  
[http://www.hedna.org/communicate/future\\_meetings.shtml](http://www.hedna.org/communicate/future_meetings.shtml)

#### • **Tiffany Topcik übernimmt Funktion der HEDNA-Präsidentin**

Tiffany Topcik, Vizepräsidentin für Lieferanten-Beziehungen bei ABC Corporate Services, wurde vom Vorstand einstimmig zur neuen Präsidentin gewählt. Zuvor war sie ein Jahr lang als Vizepräsidentin von HEDNA tätig und organisierte im Rahmen dieser Tätigkeit zwei erfolgreiche Konferenzen in Barcelona und San Francisco. Dies ist das erste Mal in der 15-jährigen Geschichte von HEDNA, dass ein Vorstandsmitglied von einem Reiseunternehmen die Geschicke der Organisation lenken wird.

Auf dieser Internetseite lesen Sie mehr zu den anderen gewählten HEDNA-Funktionären:  
[http://www.hedna.org/communicate/press\\_releases/feb2006\\_01.shtml](http://www.hedna.org/communicate/press_releases/feb2006_01.shtml)

#### • **Sind Sie dabei?**

Der Verlängerungszeitraum 2006 für unsere HEDNA-Mitglieder geht seinem Ende zu. Mitglieder von HEDNA profitieren von einer Vielzahl von Vorteilen, darunter ermäßigte Eintrittspreise für die HEDNA-Konferenzen, Rabatte auf Weißbücher (bisher 5 Ausgaben) und andere Veröffentlichungen, eine Stimme in den Distribution Management & Standards Committees sowie Zugang zum Mitgliederbereich mit Konferenzpräsentationen zum Herunterladen und vielen weiteren Extras!

**Wichtiger Hinweis:** Nur aktuelle HEDNA-Mitglieder haben ihren neuen Benutzernamen und ihr neues Passwort für den Zugang zum Mitgliederbereich auf HEDNA.org zugeschickt bekommen. Sollten Sie noch keine entsprechenden Daten erhalten haben, schreiben Sie bitte eine E-Mail an [cmcdonald@disa.org](mailto:cmcdonald@disa.org), damit wir den Status Ihrer Mitgliedschaft überprüfen können.

#### • **HEDNA-Partnerschaften auf dem Vormarsch**

Wussten Sie schon, dass aktuelle HEDNA-Mitglieder Anspruch auf Ermäßigungen für andere Konferenzen und Veranstaltungen der Branche haben?

Auf dieser Internetseite können Sie eine Liste unserer aktuellen Partner einsehen: [http://www.hedna.org/communicate/strategic\\_alliances.shtml](http://www.hedna.org/communicate/strategic_alliances.shtml)

#### • **Hotelbuchung in einer neuen Dimension**

**Von John Burns, CHA, ISHC, Präsident, Hospitality Technology Consulting**

Es war schon viel zu lange her, dass meine Frau und ich das letzte Mal gemeinsam in Frankreich waren, und wir wünschten uns schon seit geraumer Zeit, endlich mehr von der französischen Landschaft entdecken zu können. Also entschlossen wir uns, unsere Pläne im Jahr 2006 in die Tat umzusetzen. Nachdem wir die Flüge organisiert hatten (selbstverständlich mit unseren Vielfliegerpunkten), mussten wir als nächstes unsere Unterkunft buchen. Rückblickend muss ich sagen, dass die dabei gewonnenen Erfahrungen nicht nur für mich als Reisenden überraschend waren, sondern mich auch als eingefleischten Hotelier erstaunten.

Der Prozess an sich war natürlich nicht neu. Wir alle nutzen das Internet, um nach passenden Reiseangeboten zu suchen, und oftmals buchen wir auch unseren Urlaub gleich im Netz. Was jedoch meine Aufmerksamkeit erregte – und bei mir große Bewunderung auslöste – war die Tatsache, wie einige Anlagen die Vorzüge des Internets nutzen, um ihre Einrichtungen und Annehmlichkeiten von der schönsten Seite zu präsentieren und damit ein überzeugendes Argument für die Buchung zu liefern. Folgende Dinge haben uns begeistert:

- Ansprechende und informative Fotos von jedem Zimmertyp
- Fotos vom Blick aus dem Zimmerfenster heraus
- 360°-Ansicht der Gästezimmer
- 360°-Ansicht von der Vorderseite des Hotels, sodass man nicht nur einen Eindruck vom Hoteleingang erhält, sondern sich die eigentliche Ankunft in der Einrichtung sowie die Umgebung umfassend vor Augen führen kann
- Grundrisse von jedem Zimmertyp
- Fotos von Anlagen, bei denen man auf das Fenster eines Gästezimmers klicken

kann, um einen Blick in das Zimmer zu erlangen

- Detaillierte Speise- und Weinkarten mit Preisen
- Umfassende Informationen zur Umgebung, einschließlich Restaurantempfehlungen, Wandermöglichkeiten, Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen
- Ausführliche Beschreibungen in mehreren Sprachen (wobei die französischen Erläuterungen zugegebenermaßen oftmals detaillierter und ansprechender waren als die englischen Versionen)
- E-Mail-Kontakt zum Portier der Anlage
- Links zu Stadtverwaltungen und regionalen Reisebüros sowie anderen Informationsquellen

Peter Yesowich von Yesowich, Pepperdine & Brown ist überzeugt, dass die Zukunft der Tourismusbranche in der Personalisierung liegt. Bei unserer Suche nach Reiseangeboten konnten wir uns kurz davon überzeugen, was genau er damit meint. Dank der vielen Fotos und detaillierten, ansprechenden Erläuterungen konnten wir besser nachvollziehen, was die betrachteten Anlagen wirklich zu bieten haben. Die Fülle an Informationen half uns nicht nur bei der Entscheidungsfindung, sondern steigerte auch unsere Vorfreude auf den Urlaub.

Die schnellen Antworten auf unsere E-Mails verstärkten diese positiven Erfahrungen und das Gefühl, als Gast herzlich willkommen zu sein. Unsere Fragen wurden innerhalb von 2 bis 3 Stunden beantwortet, oftmals auch durch das Nachtpersonal, das offensichtlich angehalten war, zeitnah auf E-Mails zu reagieren.

Noch drei weitere Aspekte seien hier genannt. Nachdem wir die Webseite einer bestimmten Anlage besucht hatten, suchten wir meist nach Reiseberichten im Netz – für gewöhnlich nutzen wir dafür den Anbieter TripAdvisor. Dort konnten wir mehr über die Erfahrungen anderer Gäste zu lesen. Dank ihrer Hinweise und Empfehlungen haben wir dann die von uns ins Auge gefasste Anlage entweder weiter in Betracht gezogen oder aber sofort verworfen.

### • Ihre Meinung ist uns wichtig!

Wir möchten gern wissen, was Sie über die unten stehenden Themen denken. Bitte beantworten Sie deshalb eine oder alle Fragen.

- Was halten Sie von den Warenzeichenbeschränkungen, die Yahoo für Werbetreibende eingeführt hat?
- Inwiefern wird Ihre Kommunikationsstrategie durch AOL-Gebühren für den E-Mail-Versand beeinflusst?
- Was planen die Banken als nächstes? Wie weit soll die Automatisierung noch gehen? Von Schalterpersonal über Geldautomaten und jetzt plötzlich wieder – ganz was Neues – persönliche Betreuung am Schalter! Wie können wir in der Online-Umgebung weiterhin persönlichen Service garantieren?
- Müssen Sie mehrsprachige Inhalte bereitstellen? Fordern oder erwarten dies Ihre Kunden? Welche Rolle spielt dies für Ihren Umsatz? Kann eine mehrsprachige Strategie an allen Kontaktpunkten und über alle Kommunikationskanäle aufrechterhalten werden oder besteht die Gefahr einer

isolierten mehrsprachigen Verkaufsstrategie?

- Wenn ein wirkungsvoller Vertrieb auf dem Verständnis Ihrer Kunden gründet, warum werden dann Themen wie Datenerfassung, Datenbank-Management und Datengewinnung in diesem Bereich nicht voll ausgeschöpft?
- Was ist wichtiger?
  - Vernetzung und die damit verbundenen Kosten?
  - Das Wissen darüber, mit wem man in Verbindung tritt und mit wem man Kontakt aufnehmen möchte?

Auf [talkback@hedna.org](mailto:talkback@hedna.org) können Sie uns Ihre Meinung mitteilen.

**Vielen Dank an die Sponsoren unserer Konferenz  
(Stand 15. März 2006)**

