

## Mehr Umsatz trotz Nachtigungsminus?

Der Umsatz in der Tourismusbranche ist rückläufig. Auch aus diesem Grund widmete sich Patrick Sattler, Student an der SRH Hochschule Heidelberg, in seiner praxisorientierten Projektarbeit dem Thema „Wie kann der Umsatz eines Hotels mittels des IP-TV Systems von Planet Digital erhöhet werden und was sind die Einflussfaktoren?“ Die Ergebnisse der Studie haben schon Einzug in den Verkaufsaltag von Planet Digital gefunden.

### Zusätzlicher Umsatz kann generiert werden

Für Neukunden ist die zu tatigende Investitionssumme oft ein Hemmnis auf das System von Planet Digital umzusteigen und Bestandskunden nutzen das Produkt oft nicht zur Gänze aus.



„Wir freuen uns, dass wir eine akademische Projektarbeit als Bestandteil in unsere Kundenbetreuung integrieren können. Natürlich dem Ziel, dem Hotelier sein zusätzliches Umsatzpotenzial und den daraus resultierenden Mehrwert aufzuzeigen“, sagt Jürgen Kleinsteuber, Geschäftsführer von Planet Digital

„Es zeigt sich, dass manche Hoteliers nach der Investition des Systems den tatsächlichen Wert – Generierung von mehr Umsatz, Kosten- und Zeitersparnis, technischer Fortschritt – noch nicht erkannt haben und Planet Digital lediglich auf ein reines TV-System einschränken“, stellt Sattler in sei-

nen Erhebungen fest. Forschungsgegenstand seiner Untersuchung war das IP-TV System (Internet Protocol Television) des Tiroler IT-Dienstleisters Planet Digital. Das IP-TV System ersetzt in Hotels den Fernseher durch ein Informations- und Entertainment System. Neben TV, Radio und Video-on-Demand bietet das System eine Time-Shift-Funktion, bei der Sendungen der vergangenen 24 Stunden abgerufen werden können. Hotel- und Serviceinformationskanale sowie Online-Shop-Funktionen und Internet am TV komplettieren das Angebot.

### Einflussfaktoren für intensivere Nutzung

Bei den 27 befragten Hotels wurden die Kennzahlen ebenso erörtert wie Wünsche und Verbesserungsvorschläge zum System. Weiters wurden Fragen über die Nutzung von Services, der Gästezufriedenheit und der Benutzerfreundlichkeit beantwortet.

Der Service Video-on-Demand zählt zu den größten Umsatzbringern des IP-TV-Systems. Wie stark das Service vom richtigen Preis abhängt, zeigt sich in der Auswertung: Bietet ein Hotel einen Film gratis an, so ist eine Quote von rund 130 Views pro Zimmer und Jahr entsprechend hoch, der Hotelier hat aber nichts daran verdient. Setzen die Hoteliers den Preis aber zu hoch an –12 Euro pro Film – sinkt die Rate auf bis zu 5 Views und der Hotelier bleibt ebenfalls auf seinen Kosten sitzen. Im Kostenbereich von 2 bis 5 Euro pro Film bewegt sich die Quote zwischen 20 und rund 50 Views. Damit kann der Hotelier mehr Umsatz generieren.

Nähere Informationen zur Auswertung unter [www.planet-digital.com](http://www.planet-digital.com)