

FALLSTUDIE

# Dorint Hotel Frankfurt/Oberursel

---

Markenkommunikation, USP & Positiver ROI

„Häufig haben wir uns die Frage gestellt: Wie können wir am effektivsten auf die Bedürfnisse unserer Hotelgäste eingehen und dabei gleichzeitig einen eigenen neuen Maßstab in den Bereichen Umsatzsteigerung und Gästezufriedenheit setzen? Mit unseren SuitePads erreicht die Attraktivität sowie Relevanz der Hotelzimmer einen weiteren Meilenstein in der Hotellerie!“



*Sören Mölter, GM*  
**Dorint Hotel Frankfurt/Oberursel**

## ZUSAMMENFASSUNG

---

Die Marke „Dorint“ verfolgt die Idee, regionale Verbundenheit mit dem Komfort des 21. Jahrhunderts zu verbinden. Das soll sich auch im Zimmer bzw. der Suite fortsetzen. Das Dorint Hotel Frankfurt/Oberursel wollte den Wert seiner Zimmer weiter steigern und seinen Gästen ein zeitgemäßes Kommunikationsmedium anbieten. Als Konsequenz daraus wünschte sich das Hotel eine Steigerung der Nebenerlöse sowie eine Stärkung der Markenkommunikation.

Nach der Installation der SuitePad Tablets zeigten sich, im Gegensatz zur vorher verwendeten digitalen Lösung, gesteigerte Nutzungszahlen. Auch die Green Option wird seitdem zahlreich gebucht, wodurch auf Hotelseite Kosten eingespart werden. Die generierten Zusatzumsätze und die verbesserte Gästezufriedenheit, die durch den Einsatz von SuitePad erreicht werden, tragen zum Ausbau der Marke „Dorint“ bei.



## WER

---

Das Dorint Hotel Frankfurt/Oberursel liegt ca. 20 Minuten nördlich der Frankfurter City, dennoch mitten im dichten Grün des Taunus. Ausgestattet mit 140 Zimmern, 12 Veranstaltungsräumen, einem umfangreichen F&B Konzept sowie einem 360m<sup>2</sup> großen Spa-Bereich ist es somit eine renommierte Adresse für Veranstaltungen und Kongresse in der Region. Das Hotel ist seit Oktober 2017 mit den SuitePads ausgestattet.

## DIE HERAUSFORDERUNG

---

Die digitale und zeitgemäße Ausrichtung auf den Zimmern besitzt seit der Eröffnung des Dorint Hotels in Oberursel oberste Priorität. Der Fokus hierbei liegt besonders in den Bereichen „modernes Entertainment“ und „digitale Kommunikationswege“, um dem Gast hier einen Mehrwert zu bieten.

Ein ansprechendes Design sowie ausgeprägte Funktionalitäten sollen die Gastkommunikation vorantreiben, um hauseigene Themen zur Umsatzgenerierung, aber auch zentrale Themen der Kette „Dorint“ zielgerichtet zu platzieren.

Folgende Zielsetzungen ergaben sich daher bei der Zusammenarbeit mit SuitePad:

- Das Tablet soll das Hotelzimmer aufwerten und gleichzeitig einen ansprechenden und funktionalen Mehrwert für die Hotelgäste darstellen. Das Stichwort Effizienz hat dabei oberste Priorität, um direkte Kommunikationswege zwischen dem Gast und dem Hotel zu erschaffen.

- Sämtliche Umsatzquellen des Hauses werden übersichtlich dargestellt und für den Gast intuitiv buchbar gemacht. Durch den Einsatz der Tablet-Lösung werden zusätzlich Prozesse verschlankt und somit Kosten eingespart.
- Die Marke „Dorint“ wird bis 2023 auf insgesamt 88 Hotels anwachsen. Daraus resultiert ein erhöhter Kommunikationsbedarf. Deshalb soll eine Lösung entstehen, die den Gast mit Dorint langfristig bindet.

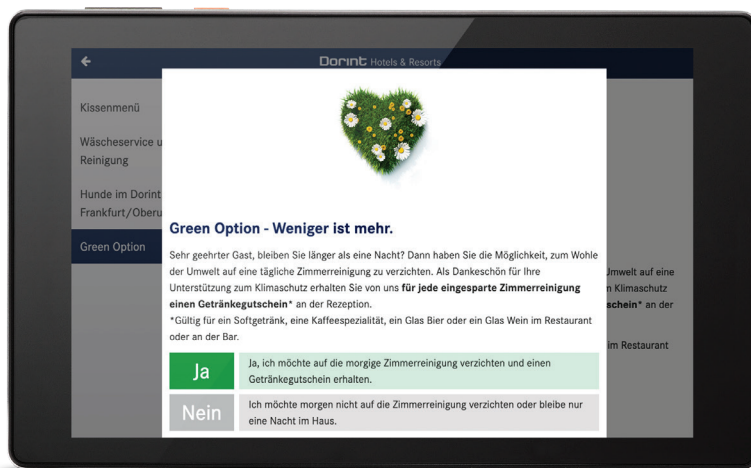
## DIE LÖSUNG

---

### **Wie SuitePad die Ziele erreicht**

Das Dorint Hotel Frankfurt/Oberursel hatte bereits Erfahrung mit einer digitalen Lösung gemacht, wollte allerdings tiefer in das Thema einsteigen und hatte daher klare Vorstellungen von der Umsetzung und von weiteren Ansätzen, die verfolgt werden sollten. Gerade die Bereiche Design und Attraktivität stellten die wichtigste Problemstellung dar, die nun verbessert werden sollten. Das Ziel sollte eine intuitive Lösung sein, die Dank ansprechendem Design den Gast dazu animiert, Mehrumsätze für das Hotel zu generieren.

- In enger Zusammenarbeit zwischen dem Hotel, SuitePad und der Dorint Zentrale wurde eine individuelle Lösung im kompletten Dorint „Feel & Look“ kreiert. Somit wurde eine Balance zwischen hauseigenen Fokus-themen, wie dem Restaurant „Villa Gans“, aber auch Fokusthemen der Zentrale, wie der „Dorint Card“, gefunden. Unter anderem ermöglicht der Direktbuchungslink dem Gast eine schnelle und einfache Zimmerreservierung. Dabei garantiert der eingebaute Promotion Code bei der Buchung einen Rabatt und somit die beste verfügbare Rate.
- Aufgrund der unkomplizierten Bedienbarkeit des Administrationssystems von SuitePad aktualisieren die Mitarbeiter des Hauses die Inhalte zu jeder Zeit und erweitern das Spektrum der angebotenen Services. So wurde beispielsweise die Kategorie „Upgrade your stay“ geschaffen. Hier werden attraktive Pakete angeboten, die der Gast zu seinem aktuellen Aufenthalt dazu buchen kann, um diesen noch bequemer zu gestalten.



Die "Green Option" wird im Durchschnitt 75 Mal pro Monat gebucht.

- Neben weiteren Umsatzquellen wurde auch die „Green Option“ als neue Innovation eingeführt. Die Hotelgäste können fortan selbst entscheiden, ob sie die tägliche Zimmerreinigung in Anspruch nehmen möchten oder der Umwelt zuliebe darauf verzichten. Durch die eingesparten Reinigungen schafft das Dorint neue Ressourcen für Aufgaben, die zur weiteren Optimierung der Prozesse beitragen sowie weitere Kosten einsparen.

## DIE ERGEBNISSE

Das SuitePad fügt sich in die zeitgemäße Gestaltung der Hotelzimmer ein und schafft durch eine Vielzahl von Interaktionsmöglichkeiten einen erheblichen Mehrwert für die Hausgäste.

- Die Nutzungszahlen von durchschnittlich 86 Stunden Gastkommunikation pro Monat bestätigen die Akzeptanz der Nutzer.
- Neben den Umsatzquellen des Hauses wurden ebenfalls prozessoptimierende Services kreiert und über die In-Room-Tablets angeboten. So werden nicht nur zusätzliche Umsätze erzielt, sondern auch Kosten eingespart. Das bestätigt insbesondere die Green Option, die im Durchschnitt 75 Mal pro Monat gebucht wird. Deshalb ist diese Möglichkeit schon jetzt ein wichtiger Bestandteil der Service-Palette des Hotels.

- Die aufstrebende Marke „Dorint“ begeistert durch einen Mix aus bestem Service und modernem Hotel in bester Lage. Es ist daher nicht verwunderlich, dass sich immer mehr Gäste gezielt mit der Marke identifizieren und ein Stück zur weiteren Entwicklung beitragen wollen. Über die SuitePads können die Gäste nun direkt ihre „Dorint Card“ beantragen oder auch das Charity Programm „Mutige Kinder“ unterstützen.



Eine ausgezeichnete Bewertung für das Dorint Hotel erwähnt das SuitePad Tablet

Interessieren Sie sich für die Einsatzmöglichkeiten  
von SuitePad in Ihrem Hotel?

Kontaktieren Sie uns gerne für mehr Informationen und eine unverbindliche Beratung.

info@suitepad.de · +49 (0)30 319 850 000 · www.suitepad.de