

# Software wächst mit dem Hotel

Die Hamburger Novum-Hotelgruppe expandiert / Multi-Property-System garantiert reibungslose Verwaltung

**HAMBURG.** Als im Jahr 2004 das Hotel Hamburg Novum mit einer neuen Software ausgerüstet wurde, ahnte niemand, dass sechs Jahre später bereits zwölf Stadthotels zur Novum-Gruppe gehören würden. In solch einem Fall stellt sich die Frage: Kann die Hotelsoftware entsprechend mitwachsen? Bei den Novum-Hotels funktionierte es laut Hotelleitung ohne Probleme.

Mit der Entscheidung für das Programm von Protel hat David Etmnan, Geschäftsführer der Novum Hotels, hat also Weitsicht bewiesen: Das Reservierungs- und Abrechnungssystem wächst reibungslos mit.

## Zusätzliche Funktionen

Als Etmnan 2004 eine geeignete Hotelsoftware für das Hotel Hamburg Novum suchte, wollte er nicht nur verwaltungstechnische Abläufe automatisieren. Seine Anforderung: Die neue Software musste zu den Standardfunktionen auch interessante Zusatznutzen bieten. Sie sollte sich neuen Marktentwicklungen jederzeit anpassen können und kompatibel mit den gängigen Backoffice-Lösungen wie Microsoft funktionieren.

Nach intensiver Beratung durch die IT-Spezialisten der 42 GmbH entschied sich Etmnan für die Hotelsoftware von Protel, und zwar in einer Single Property Edition. Überzeugt hatten ihn die vielseitigen Funktionen wie die Möglichkeit, Gästedaten detailliert zu



**Zeit für den Gast:** Gute Hotelsoftware entlastet das Personal



**Dynamische Gruppe:** Das Graf Moltke ist eines von zwölf Häusern der Novum-Hotels

Fotos: Hotel

erfassen und auszuwerten. Dieses Tool liefert dem Geschäftsführer wichtige Impulse für strategische Geschäftsentscheidungen, beispielsweise die gezielte Planung von Marketingaktivitäten. Die speziell auf die Novum-Hotels zugeschnittenen Auswertungen kann er jederzeit in Form von festgelegten Kategorien wie auch in übersichtlichen grafischen Darstellungen abrufen.

Ganz neue Herausforderungen an die Software stellten sich bereits ein Jahr später, als die Gruppe 2005 ein zweites Hotel in Hamburg eröffnete: das 3-Sterne-Hotel Eleazar Novum mit 240 Betten. Sukzessive folgten bis 2009 weitere zehn Hotels. Heute gehören insgesamt zwölf Hotels der 3-Sterne-Kategorie mit insgesamt 536 Zimmern zur Novum-Gruppe, alle angesiedelt in der Nähe des Hamburger Hauptbahnhofs. Mit der Expansion musste auch die Hotelsoftware wachsen. Aufgrund der hohen Anpassungsfähigkeit war es möglich, die Software auf eine Multi-Property-Version zu erweitern.

Mit dieser Lösung haben alle Novum-Mitarbeiter Zugriff auf alle

Stamm- und Reservierungsdaten, die auf einem zentralen Server verwaltet werden – unabhängig vom Standort. Aktualisierungen erfolgen in Echtzeit, sodass in allen Häusern stets die aktuellen Daten zur Verfügung stehen.

Anwendungsoberfläche, Reservierungsmaske und Auswertungsfunktionen sind nach einheitlichen Novum-Standards personalisiert, leicht verständlich und somit sehr bedienerfreundlich. Eine zentrale Reservierungsabteilung regelt als Operator sämtliche Buchungen und die Rechnungserstellung. Das bringt eine enorme Zeitersparnis und beschleunigt zudem den Check-in. Bei starker Auslastung eines Hauses bietet das System automatisch freie Zimmer im nächstgelegenen Novum-Hotel an.

## Jeder Mitarbeiter hat Zugriff

Jüngstes Projekt der erfolgreichen Hotelgruppe: Eine Erweiterung des Hotels Accord Novum von 21 auf 170 Zimmer inklusive einer Vollgastronomie. Anfang August war Eröffnung. Die Experten von 42 richteten hier die passende

Software-Lösung binnen vier Stunden per Fernwartung ein. „Wir haben nur Zimmerlizenzen zugekauft, alles andere lief von allein“, sagt Etmnan. In der Gastronomie entschied sich der Hamburger für das bewährte Matrix POS Kassensystem von 42. Maßgebliches Kriterium war, dass Matrix reibungslos im Verbund mit der Hotelsoftware funktioniert.

## Automatische Aktualisierung

Um die Aktualisierung der Software-Versionen braucht sich der Geschäftsführer nicht zu kümmern, das läuft automatisch. Wenn neue IT-Funktionen auf den Markt kommen, entscheidet er individuell, ob sie in das System integriert werden sollen oder nicht. Zuletzt hat sich Etmnan für den neuen SMS-Benachrichtigungs-Service entschieden, der vor allem den reisenden Geschäftskunden entgegenkommt. „Das sind die kleinen Aufmerksamkeiten, die Gäste an uns so schätzen“, freut sich der Hotelier. *Hilde Hutchings*

► [www.novum-hotels.de](http://www.novum-hotels.de)  
► [www.42-gmbh.de](http://www.42-gmbh.de)

► Fortsetzung von Seite 13

## Günstig ...

„Zusätzlich verlinken wir im Newsletter auf unsere Website, wo der Gast weitere Infos zu den beworbenen Aktionen erhält. So erzielen wir noch mehr Website-Besuche und Online-Buchungen. Diese Reservierungen fließen dann direkt in unser elektronisches Reservierungsbuch ein.“

Um dem Gast die Online-Reservierung so einfach wie möglich zu machen, sollten Aktionsbuttons, zum Beispiel „Jetzt reservieren“, in sämtliche E-Mails integriert werden. Am erfolgreichsten ist ein solcher Aktionsbutton, wenn er sich im Layout der E-Mail klar hervorhebt und ganz oben platziert wird.

## „Offene Ohren“ statt Spam

Der optimale Zeitpunkt für den Newsletter-Versand sind die Tage Dienstag oder Mittwoch – am besten vormittags, wenn bei den Empfängern das erste Hungergefühl auftritt und die E-Mails vom Wochenende bearbeitet sind. E-Mails am Wochenende oder spätabends werden schnell übersehen. Doch Vorsicht: „Um den Gast nicht mit Spam zu verärgern, dürfen Newsletter ausschließlich an Personen versendet werden, die sich für deren Erhalt angemeldet haben“, gibt Kathrin Stahelin, Marketing Manager des Online-Marketing- und Reservierungsservices Livebookings, zu bedenken. Besucher sollten daher auf der Website und bei der Online-Buchung gut sichtbar die Möglichkeit erhalten, sich für den Newsletter einzutragen.

Und Newsletter-Abonnenten müssen die Möglichkeit haben, diesen abzubestellen. Restaurantchefs können somit relativ sicher sein, dass auch ihre Newsletter-Botschaften wie bei Bachmaiers Hofbräu in München auf offene Ohren stoßen. *Sandra Herkenroth*

**Dieser Artikel** ist der fünfte Teil einer sieben-teiligen Serie zum Thema Onlinemarketing in der AHGZ. Mehr Informationen zur Vermarktung über das Internet erhalten Gastronomen beim 1. DEHOGA Gastro-Online-Kongress, den der Bundesverband am 24. November 2010 in Berlin gemeinsam mit Livebookings und der Content Management AG veranstaltet. Die AHGZ ist Medienpartner. Informationen und Anmeldeöglichkeiten hierzu unter [www.dehoga.de](http://www.dehoga.de).

Anzeige

## MOLEKULARE KÜCHE

- Über 170 Rezepte
- Fingerfood und molekulare Küche
- Klein und fein, vielfältig und abwechslungsreich

- Buch mit 50 Rezepten
- 10 Texturgeber + Portionslöffel
- Ausführliche Grundlagen vom Profi

- Grundlagen der molekularen Küche
- Großformatige Abbildungen
- Sternekoch Antoniewicz präsentiert seine Rezepte

Starter-Set Molekulare Küche | inkl. Buch „Molekulare Basics“ von Heiko Antoniewicz  
Buch 176 Seiten + Metallbox | € 139,-  
ISBN 978-3-87315-033-9

Antoniewicz/Dahlbeck | Verwegen Kochen  
240 Seiten | Hardcover | € 69,90  
ISBN 978-3-87315-024-7

\*innerhalb Deutschlands

## MATTHAES

HIER BESTELLEN!

Online-Shop  
[www.matthaes.de](http://www.matthaes.de)

Info & Bestellung  
**0711/2133-329**

Portofreie Lieferung\*