




Zugspitz Region

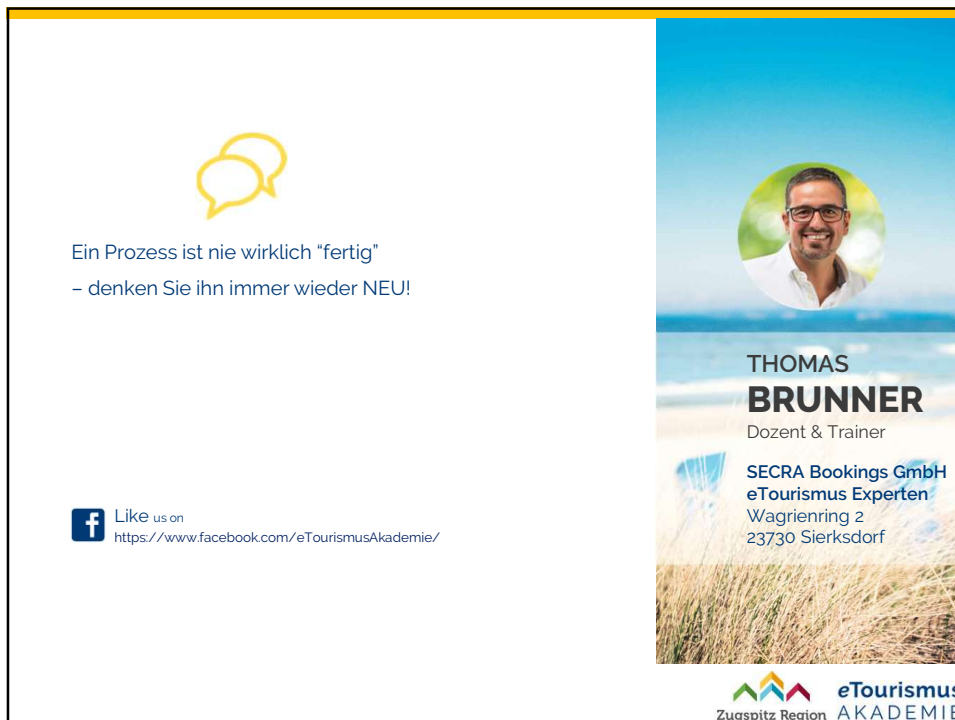
Herzlich willkommen!


Vermietung von A-Z

- mit unternehmerischem Denken und Handeln
mehr Auslastung, und damit Erfolg erzielen!


 **eTourismus**
Zugspitz Region **AKADEMIE**


1






Ein Prozess ist nie wirklich "fertig"
– denken Sie ihn immer wieder NEU!

 Like us on
<https://www.facebook.com/eTourismusAkademie/>



**THOMAS
BRUNNER**
Dozent & Trainer

SECRA Bookings GmbH
eTourismus Experten
Wagrienring 2
23730 Sierksdorf

 **eTourismus**
Zugspitz Region **AKADEMIE**

2

Der 360Grad - Gastgeber

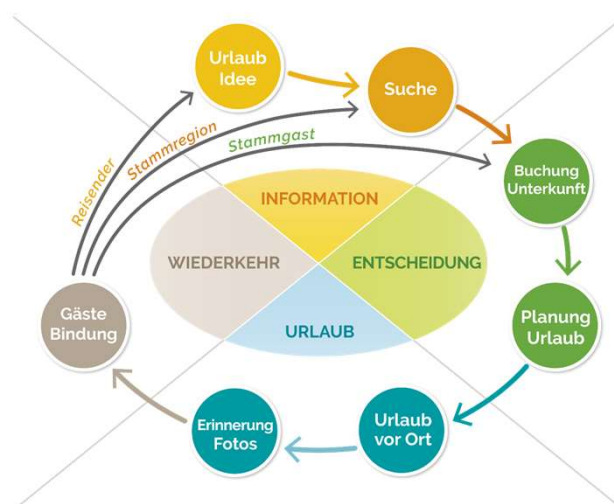
Mein 5 Punkte Handlungsleitfaden für Sie

1. Befassen Sie sich **intensiv** mit Ihrer **Außendarstellung** bei den Portalen und pflegen die Inhalte und den **Belegungskalender in der Software!**
2. Finden Sie „Ausschlusskriterien“ Ihrer Ferienunterkunft und **emotionalisieren** Sie mittels Redesign!
3. **Bewertungen** werden immer wichtiger!
4. Erstellen Sie sich einen **Kommunikationsablaufplan!**
5. Der Urlaubsgast verändert sich – **verändern Sie sich mit!**

3

Der 360Grad - Gastgeber

Die Vermarktung gliedert sich in mehrere Prozesse mit hohem Optimierungspotenzial



4

Der 360Grad - Gastgeber

Die Vermarktung gliedert sich in mehrere Prozesse mit hohem Optimierungspotenzial

Die Herausforderungen für 2019

- ✓ **Digitale Emotionalisierung** der Unterkunft
- ✓ **Bewertungen** und Referenzen der Gäste
- ✓ Präsentation und Auffindbarkeit in **Social Media** Kanälen
- ✓ **Preisgestaltung** für Neukunden und Stammgäste
- ✓ Den **Wohlfühlfaktor** der Unterkunft erhöhen
- ✓ **Automatisierung** der Gastkommunikation
- ✓ **Zielgruppenorientierung**

5

Das Feriendomizil

– eine rechtliche und finanzielle Einordnung

6

Die eigene Ferienunterkunft

Eine allgemeine Einordnung

Ferienunterkünfte sind in Gemeinden nicht überall grundsätzlich erlaubt

- ✓ Die Kommunen können über eine Satzung Ferien- oder Zweitwohnungen regulieren. Grundlage hierfür ist „das Gesetz über das Verbot der Zweckentfremdung von Wohnraum (ZwEWG)“.
- ✓ In Mehrfamilienhäusern kann es grundsätzlich verboten sein, wenn die Eigentümergeinschaft entsprechende Regeln in den Verträgen festgeschrieben hat.
- ✓ In reinen Industriegebieten ist der Bau (Erwerb) und die Vermarktung nicht möglich, auch wenn diese relativ wenig frequentiert sind.
- ✓ Auch bei der dauerhaften Anmietung von Wohnungen ist es nicht automatisch erlaubt, diese als Ferienwohnung an Dritte weiter zu vermieten.

7

Die Immobilie

Im Einkauf liegt das größte Potential

- ✓ Besonders günstige Feriendomizile weisen bei genauerer Betrachtung evtl. Mängel auf, die schnell Geld kosten können.
- ✓ Achten Sie beim Kauf der Immobilie auf ein „echtes“ Gutachten, ansonsten fordern Sie einen Gutachter an!
- ✓ Prüfen Sie vor dem Kauf, ob der Makler über genügend Erfahrung im Bereich der Feriendomizile verfügt.
- ✓ Klären Sie IM VORFELD, ob für die Immobilie von der Eigentümergeinschaft kein Einwand gegen die Nutzung vorliegt.

8



eTourismus
AKADEMIE
WEISHEIT

Es ist VOR dem Kauf zu klären, ob die
Vermietung als Ferienunterkunft
grundsätzlich erlaubt ist!



Zugspitz Region eTourismus
AKADEMIE

9

Ferienhaus / Ferienwohnung

Typische Fragen, die
zu Beginn gestellt
werden...



Zugspitz Region eTourismus
AKADEMIE

10

Die Immobilie

Muss ich für die Vermarktung ein Gewerbe anmelden?

- ✓ **JAEIN!** Auskunft gibt der Steuerberater, das Finanzamt, oder die zuständige Stadtverwaltung bei individueller Interpretation der Vermarktung.
- ✓ **NEIN**, denn die die Einkünfte müssen in Anlage V der Einkommenssteuererklärung angegeben werden.
- ✓ **JA:** Ist mit der Vermietung der Ferienwohnung eine selbstständige und langfristige Tätigkeit verbunden, mit der wirtschaftliche Gewinne erzielt werden, dann liegt ein Gewerbe vor (und nicht mehr eine Vermögensverwaltung im Sinne der einfachen Vermietung - § 14 AO).
- ✓ **JA:** Ab einem jährlichen Ertrag von mehr als 24.500 Euro entsteht automatisch eine Gewerbesteuerpflicht, da bei Einkünften dieser Höhe in der Regel von einer gewerblichen Tätigkeit ausgegangen wird.

11

Die Immobilie

Kann ich die Ausgaben für mein Feriendomizil steuerlich anrechnen?

- ✓ Werbungskosten/Betriebsausgaben in der Vermietungsphase
- ✓ Darlehenszinsen / Abschreibungen auf Kaufpreis und Nebenkosten
- ✓ Bewirtschaftungskosten (Heizung, Wasser, Hausmeister, Müll, Versicherungen, Verwaltung, Instandhaltung etc.)
- ✓ Aufwendungen für die Vermietung (Vermietungsprovision, Anzeigen)
- ✓ evtl. Mehrwertsteuer aus Mieteinnahmen
- ✓ Abschreibung Gebäude / Einrichtung
- ✓ Gegenstände, deren Anschaffungskosten nicht mehr als € 410,-- (exkl. MWSt.) betragen, können abweichend im Jahr der Anschaffung sofort abgeschrieben werden (GWG = Geringwertige Wirtschaftsgüter).

12

Die Immobilie

Brauche ich einen Mietvertrag / Buchungsbestätigung?

- ✓ Name und Anschriften Mieter und Vermieter
- ✓ Anzahl der Personen (und ggf Hunde)
- ✓ Mietobjekt (Adresse Ferienwohnung / Ferienhaus)
- ✓ Mietdauer (Datum, Uhrzeit) - evtl. Schlüsselübergabe beschreiben
- ✓ Mietpreis (Übernachtungspreis, Endreinigung, Bettwäsche, Hundepauschale..)
- ✓ Zahlungsbedingungen (Anzahlung, Restzahlung mit genauem Datum)
- ✓ Bankverbindung des Vermieters, Datum und Unterschrift Vermieter, sowie
- ✓ Hinweis auf Allgemeine Geschäftsbedingungen, oder
- ✓ Regelung bei Stornierung
- ✓ Pflichten des Mieters
- ✓ Hausordnung

13

Die Immobilie

Brauche ich AGBs?

Die AGBs dienen der Konkretisierung des Mietvertrages und sollten dem Gast IM VORFELD oder mit der Abgabe des Angebotes zugestellt werden!

Die AGBs regeln nicht das Angebot, aber grundlegende Informationen und Regeln zur Anmietung der Ferienunterkunft in Zusammenhang mit dem Angebot.

- ✓ Anreise / Abreise
(An- und Abreisezeiten, Umgang bei Nicht-Anreise; verfrühte Abreise)
- ✓ Bezahlung und Anzahlung
- ✓ Rücktritt / Stornierung
- ✓ Pflichten des Mieters (z. B. Meldung von Mängeln, Sauberkeit bei Übergabe)
- ✓ Datenschutz
- ✓ Haftung des Vermieters

14

Die Immobilie

Muss ich für Fernseher und Radio GEZ-Gebühren bezahlen?

- ✓ Wird die Wohnung zwischenzeitlich untervermietet und lebt der Vermieter selbst darin, ist der Beitrag mit der ganz normalen Haushaltspauschale abgegolten.
- ✓ Ist es eine Wohnung, die zeitweise als Zweitwohnung genutzt wird, gilt die für Zweitwohnsitze übliche Abgabe in Höhe eines weiteren normalen Haushaltsbeitrages
- ✓ Liegt die Ferienwohnung auf dem selben Gelände wie der Privatsitz des Vermieters, dann ist die Wohnung beitragsfrei.
- ✓ Befindet sich die Wohnung sonst irgendwo in Deutschland, dann gilt sie als „weitere Betriebsstätte“, wobei die erste weitere Betriebsstätte beitragsfrei ist. Für jede weitere Betriebsstätte ist ein Drittel des Rundfunkbeitrags zu zahlen.

15

Die Immobilie

Muss ich für Fernseher und Radio GEZ-Gebühren bezahlen?



The screenshot shows the website interface with a search bar and navigation menu. The main content area is titled "Anbieter von Hotel- und Gästezimmern oder Ferienwohnungen". The text explains that GEZ fees are calculated based on the number of employees and vehicles. The first room or holiday home is fee-free, while subsequent ones incur a fee of 5,83 Euro per month.

Quelle: https://www.rundfunkbeitrag.de/unternehmen_und_institutionen/informationen/index_ger.html

16

Die Immobilie

Muss ich für meine Ferienwohnung GEMA-Gebühren bezahlen?

- ✓ NEIN – es gibt KEIN rechtskräftiges Urteil in Bezug auf Ferienwohnungen
- ✓ Trotzdem KANN die VG Media Gebühren verlangen, wenn der Fernseher an eine Satellitenanlage angeschlossen ist.
- ✓ Generell BEITRAGSFREI sind Fernseher, die über DVB-T das Programm empfangen.
- ✓ *Achtung: Nur wenn private TV- und Radiosendungen im Unternehmen abgespielt werden, ist der Zuschlag durch die GEMA zulässig.*

Die Immobilie

Kann ich meine Ferienunterkunft vor Schäden versichern?

- ✓ Eigene Ferienwohnung = separate Hausratversicherung erforderlich
- ✓ Der Hausrat im Feriendomizil ist nicht über die Außenversicherung der eigenen Hausratversicherung abgedeckt.
- ✓ Die Versicherer gehen davon aus, dass der Hausrat nicht nur vorübergehend vor Ort ist, sondern dauerhaft dort verbleibt.
- ✓ Für die Versicherung des Hausrats in der Ferienwohnung benötigen Sie daher eine zweite Police. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um eine in erster Linie an Gäste vermietete Ferienwohnung handelt, oder Sie die Unterkunft selbst nutzen.

Die Immobilie

Darf ich in der Ferienunterkunft WLAN anbieten?

- ✓ Internetnutzer, die ihr WLAN für die Allgemeinheit öffnen, können künftig nicht mehr auf Unterlassung verklagt werden, wenn jemand ihren Anschluss für illegale Uploads missbraucht.
- ✓ Der [BGH](#) bestätigte (Juli 2018) damit eine gesetzliche Neuregelung von 2017 zur Abschaffung der sogenannten Störerhaftung in den wesentlichen Punkten.
- ✓ Vor dem Hintergrund des neuen Telemediengesetzes (TMG) prüfte das Gericht einen Fall, in dem ein Computerspiel illegal im Netz verbreitet worden war. (Az.: I ZR 64/17).

Die Wahl der Zielgruppe

– eine Frage des Stils

„Liebe auf den ersten Blick“

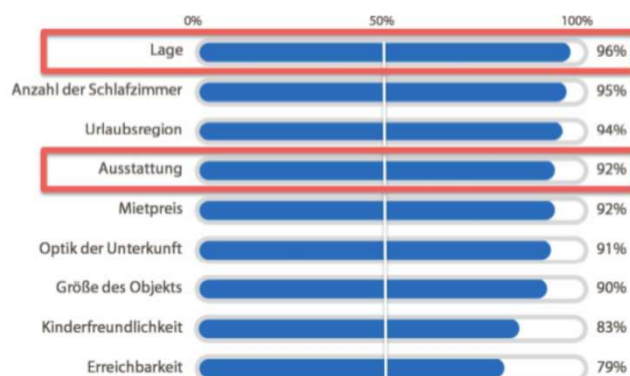
Wenn der Bauch mitentscheidet!



21

Relevanz der Buchungskriterien

Wie wichtig sind Ihnen generell folgende Kriterien bei der Auswahl einer Ferienunterkunft?



Quelle: FeWo-Direkt, 2017

22



eTourismus
AKADEMIE
WEISHEIT

Je emotional aufgeladener das Listenbild
ist, desto mehr Aufmerksamkeit bekommt
die Unterkunft!

Ihre Bilder sind nicht für die „Ewigkeit“
gesetzt! Aktualisieren Sie immer wieder!



Zugspitz Region



eTourismus
AKADEMIE

23

Emotionen im Entscheidungsprozess

Neben den rein optischen Eindrücken, lassen sich unsere Gäste auch durch deren
persönliche –emotionale- Vorlieben leiten.

- ✓ Eigener, persönlicher Bedarf
- ✓ Persönlicher Geschmack
- ✓ Größe der Wohnung
- ✓ Farbgebung
- ✓ Ausstattungsmerkmale der Unterkunft



Zugspitz Region

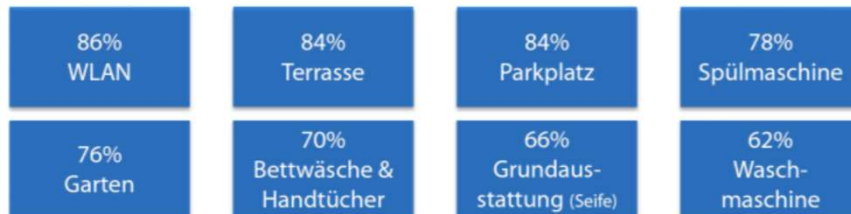


eTourismus
AKADEMIE

24

Emotionen im Entscheidungsprozess

„Must Haves“ – Was sich Gäste von der Ferienunterkunft wünschen!



Quelle: FeWo-Direkt, 2015

25

Wohlfühlambiente kann durch die Fotografie
nicht „erstellt“ werden, sondern
sollte durch die Möglichkeiten
vom Redesign erzeugt werden.

26

Home Staging

Definition

Home-Staging stammt im Ursprung aus Amerika und wird vor allem im **Verkauf** von Immobilien eingesetzt, um die Vermarktungsdauer zu reduzieren, und evtl. einen höheren Verkaufserlös zu erzielen.

Hierzu werden die Wohnungen / Häuser durch Möbel, Teppiche, Farben und Einrichtungsgegenstände „aufgepeppt“ (man spricht auch von „gestaged“).



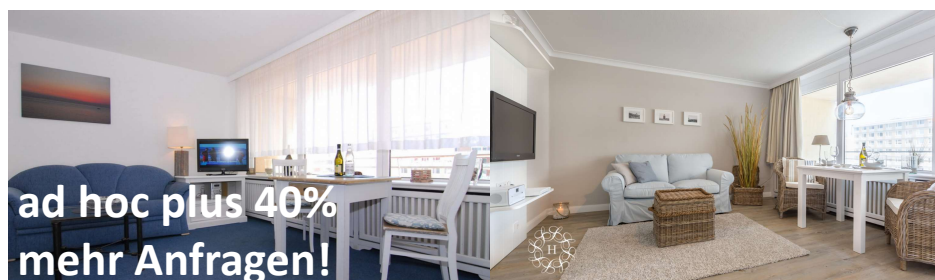
27

Home Staging

Umsetzung in der Ferienunterkunft

Für Ferienunterkünfte muss Home Staging einen anderen Zweck erfüllen!

- ✓ Verbessern der **Inserat-Qualität** in den Buchungsportalen
- ✓ Den **Wohlfühlfaktor** und das Ambiente vor Ort funktional verbessern
- ✓ Durch die Wohnwertsteigerung können **höhere Mieteinnahmen** erzielt werden
- ✓ „Sofort-Ziel“: Die **Buchungsrate spürbar und langfristig erhöhen**



28

Redesign

Umsetzung in der Ferienunterkunft

Redesign ist Neugestaltung, Umgestaltung, Überarbeitung und Neukonstruktion

- ✓ Überarbeitung und Neugestaltung von **Bestehendem**
- ✓ Modernisierung mit mehr „**Benutzerfreundlichkeit**“
- ✓ Der Fokus liegt auf dem **schnellen und kostengünstigen Umplatzieren** bzw. **neu arrangieren** von größtenteils vorhandenen Möbeln und Accessoires, mit dem Ziel, mehr Funktionalität und „Wohngefühl“ zu erreichen.



Nicht alles auf einmal!

Schon mit wenigen Dingen kann eine
Steigerung des Wohlfühlfaktor erzielt werden!

Redesign

Mit wenigen Mitteln werden Räume neu „eingrichtet“

Beginnen Sie mit den alltäglichen Dingen und sorgen für den neuen Look

- ✓ Auffrischen der Teppiche
- ✓ trendigen Farben an Wänden
- ✓ Stühle und Couch/Sofa austauschen
- ✓ Neue Lichtakzente
- ✓ Bilder austauschen
- ✓ Besteck und Geschirr komplett wechseln

31

Redesign

Mit wenigen Mitteln werden Räume neu „eingrichtet“



32

Der Raum

Der Raum bestimmt
die Funktionalität!



33

Redesign

Umsetzung in der Ferienunterkunft

Grundsätzlich wird beim Redesign der Raum an sich in Frage gestellt. Dabei geht es weniger um die Funktionalität, als um die Einrichtung an sich

- ✓ Kann ich den Raum neu interpretieren?
- ✓ Der Raum wird im Idealfall leer geräumt!
- ✓ Gibt es Dinge, die zwingend im Raum bleiben müssen?
- ✓ Welche baulichen Maßnahmen gibt es, die zu beachten sind?
- ✓ Gruppieren der Gegenstände in einem separaten Raum
 - ✓ nach Thema
 - ✓ nach Farbe
 - ✓ nach Zweck

34

„Ja, wo laufen sie
denn?“

Laufwege im Raum



35



36

Laufwege in der Wohnung

Möbel und Ästhetik

Klare Raumaufteilung und freie Flächen

- ✓ Balance zwischen gestalteten Flächen und Freiflächen.
- ✓ Durch Freiflächen wirken einzelne Möbel effektiver.
- ✓ Der Raum fühlt sich besser an, wenn sich die Urlauber frei darin bewegen können.
- ✓ „zu dick auftragende“ Polstermöbel sollten ersetzt werden, gerade in kleineren Räumen.
- ✓ Laufwege und „Fluss“ im Raum, Möbel sollten keine Barriere darstellen.
- ✓ Kommunikationsinseln erfüllen ein Bedürfnis – das muss nicht zwangsläufig die Wohnzimmerecke sein!
- ✓ „Lieblingsplätze“ sind Bereiche des Rückzugs oder besonders gemütliche Bereiche, die zum Verweilen einladen.

37

Kalte Füße, Flickenteppich und Flusen...

Teppiche im Raum



38

Laufwege in der Wohnung





eTourismus
 Zugspitz Region AKADEMIE

39

Laufwege in der Wohnung

Bewegung und Blickrichtungen

- Teppiche richtig einsetzen
- ✓ Teppiche eher im Wohnbereich als im Essbereich einsetzen
- ✓ Sie sollten immer groß genug sein
- ✓ Im Wohnbereich sollten diese den gesamten Bereich zwischen den Polstermöbeln ausfüllen
- ✓ Unter dem Essbereich wird der Teppich so groß gewählt, dass die Stühle beim Zurücksetzen den Teppich nicht verlassen
- ✓ Teppiche können einzelne Funktionsbereiche betonen
- ✓ Können Fokuspunkte unterstreichen
- ✓ Sollten nicht in den Laufwegen liegen


eTourismus
 Zugspitz Region AKADEMIE

40

Farbe = Emotion

Die Farbwahl für
den Raum



41

Farben wecken Emotionen und verändern
den Raum in seiner Größe!

42



43

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes

Tipps zu Farben im Raum

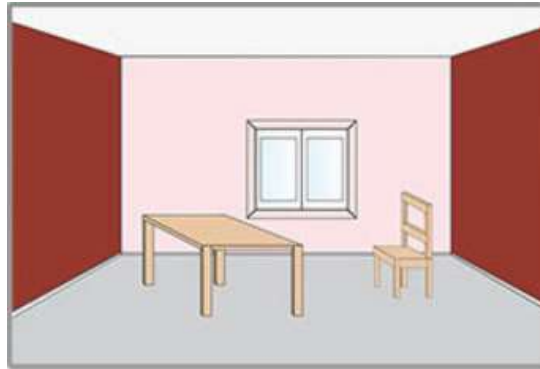
- ✓ „harmonische“ Farben liegen im Farbkreis nebeneinander und können von der Decke (hell) über Wände (dunkler) bis hin zu Leisten und Türen (dunkel) eingesetzt werden!
- ✓ Kleine Räume IMMER hell streichen!
- ✓ Dunkle Räume mit weniger Sonnenlicht (Nordräume) in Orange-Tönen streichen
- ✓ Räume nicht monothematisch gestalten, aber nicht mehr als 3 Farben im Raum
- ✓ Zwei Drittel eines Raumes sollten beruhigend wirken (neutrale Farbtöne), ein Drittel anregend, z.B. über Stoffe der Möbel, Vorhänge, Bilder oder Accessoires
- ✓ Achten Sie auf die Zielgruppe und den bewohnten Räumen!

eTourismus
Zugspitz Region AKADEMIE

44

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes

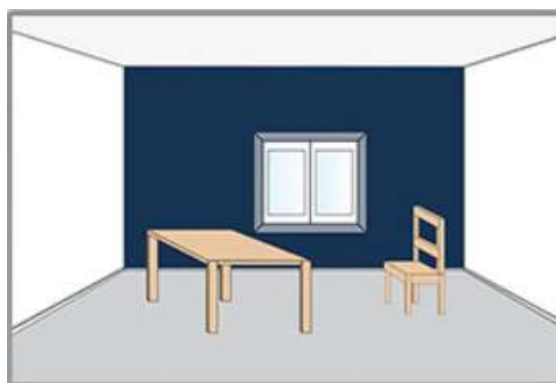


Zimmer mit einem schlauchartigen Grundriss lassen sich durch dunkel gestrichene Seitenwände und eine helle Stirnwand verkürzen.

45

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes

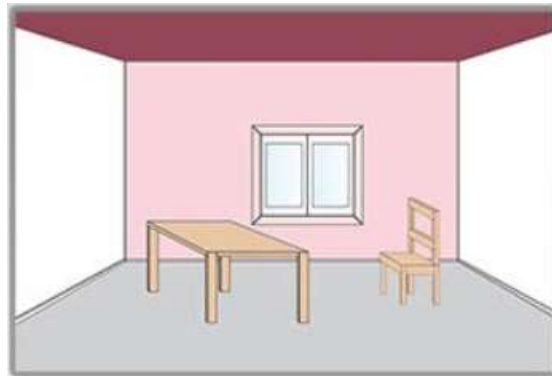


Enge Räume kann man optisch breiter wirken lassen, indem man die Wand an der Stirnseite dunkel und die Seitenwände weiß oder in einem anderen hellen und kühlen Farbton streicht.

46

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes

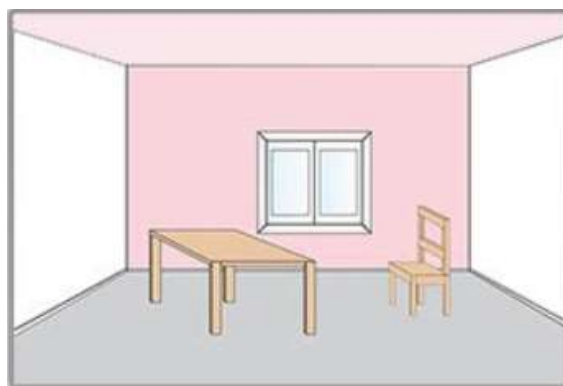


Eine sehr dunkle Färbung lässt den Raum niedriger wirken, was zum Beispiel in sehr hohen Altbau-Wohnungen als Gestaltungsinstrument eingesetzt werden kann.

47

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes

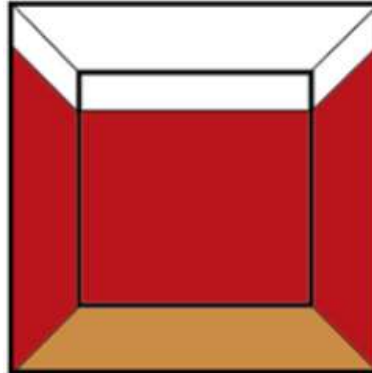


Eine sehr niedrige Decke wirkt höher, wenn sie heller gestrichen ist, als der Fußboden-Farbtone. Eine umlaufende Bordüre der Decke verstärkt diesen Effekt sogar noch.

48

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes

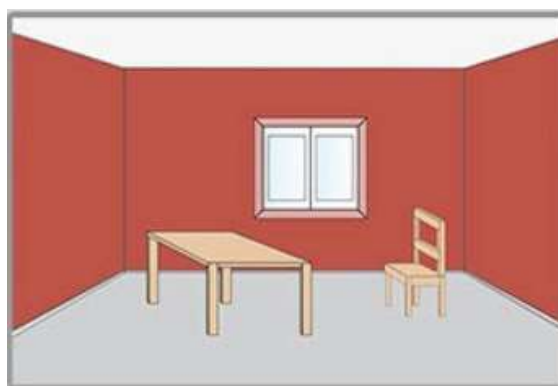


Eine sehr niedrige Decke wirkt höher, wenn sie heller gestrichen ist, als der Fußboden-Farbton. Eine umlaufende Bordüre der Decke verstärkt diesen Effekt sogar noch.

49

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes

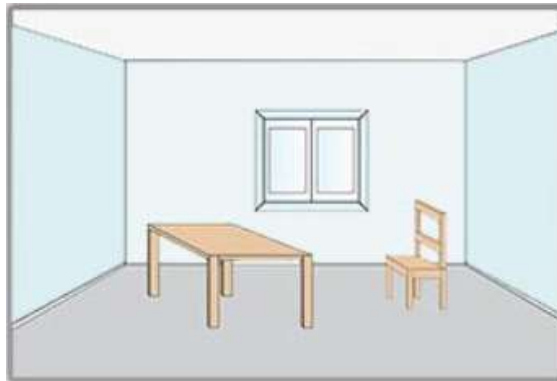


Warme und dunkle Rot-, Blau- und Erdtöne an der Wand schaffen eine gemütliche, heimelige Atmosphäre, wirken in kleinen Räumen aber schnell einengend.

50

Einrichtung durch „Farbe“

Die Farbe unterstützt die Wirkung des Raumes



Helle und kühle Farbtöne hingegen erzeugen ein Gefühl von Weite – ideal für kleine Räume. Das Zimmer wirkt größer und luftiger.

51

Redesign mit Bildern

Richtig aufgehängt!



52



53

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben

Einzelhängung:

Besondere Bilder und Kunstwerke verdienen einen Ehrenplatz. Auch wenn das Bild noch so klein ist, kann eine ganze Wand geopfert werden, um das Bild in den Mittelpunkt des Raumes zu rücken. Durch eine prominente Platzierung, wie zum Beispiel über einem Sofa, gewinnt das Bild an Bedeutung. Kleinere Bilder sogar noch mehr als größere, da ein größeres Bild ohnehin eine gewisse Fläche einnimmt. Für ein kleineres Bild wird daher eine große Fläche geopfert, was das Bild in den Fokus der Aufmerksamkeit bringt.



54

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Kantenhängung

Bei der Kantenhängung werden die Bilder nebeneinander in zwei Reihen angeordnet. Eine Mittellinie gibt dabei die Hängung vor. Die Bilder werden jeweils unter und über dieser Mittellinie arrangiert. Wie groß die einzelnen Bilder sind, ist dabei irrelevant. Die Mittellinie sorgt für eine harmonische Anordnung der Bilder.

Besonders schön wirkt die Kantenhängung, wenn ein einheitliches Konzept verfolgt wird, z.B. nur Bilder in schwarz-weiß. Die Formate sollten viele Variationen bieten, um die Ordnung der Mittellinie zu durchbrechen.

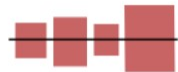
Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Reihenhängung

Die Reihenhängung ist eine waagerechte oder senkrechte Anordnung der Bilder in einer Reihe. Entweder mit einheitlichen oder unterschiedlichen Formaten, die sich an einer Linie orientieren. Dabei spielt keine Rolle, ob die Bilder dabei mittig auf der Linie arrangiert werden oder unterhalb bzw. oberhalb der Linie ausgerichtet sind. Diese Aufhängung ist ähnlich der Reihenhängung und dementsprechend ist ein einheitliches Konzept ebenfalls ratsam.

Quelle: <http://www.leinwandfoto.de/foto-auf-leinwand/wohnraumgestaltung/>

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Petersburger Hängung

Eng an eng und bis zur Decke reihen sich die Bilder bei dieser Art von Hängung, die auf die reich behängten Wände der Sankt Petersburger Eremitage zurückgeht. Die Petersburger Hängung soll schon fast protzend den Reichtum des Besitzers darstellen und wird oft in Schlössern oder Museen eingesetzt. Der Fokus liegt bei diesem Arrangement sicher nicht auf dem einzelnen Bild, sondern auf der Gesamtheit der Bilder. Ein einheitliches Konzept oder Format ist bei dieser Hängung meist nicht vorgesehen.



59

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Rasterhängung

Die Rasterhängung setzt ein einheitliches Format voraus und wird im geometrischen Muster eines Schachbretts angeordnet. 9 Bilder sind dabei das Minimum, das zur Verfügung stehen sollte, um ein Rastermuster erstellen zu können.

Die Zwischenräume zwischen den Bildern sollten ebenfalls einheitlich sein. Eine genaue Anordnung ist bei dieser Art von Hängung ausschlaggebend und sollte gewissenhaft beachtet werden, um die gewünschte Wirkung zu erzielen

60

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Symmetrische Hängung

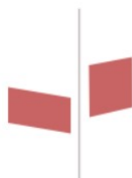
Ein Ensemble von mindestens drei Bildern, von denen zwei jeweils das gleiche Format haben, ist für diese Hängung erforderlich. Dabei werden die Bilder symmetrisch an der Spiegelachse ausgerichtet. Wo die Spiegelachse liegt ist dabei egal, wichtig ist nur, dass die Bilder symmetrisch an dieser ausgerichtet sind.

Diese Hängung ähnelt der Kantenhängung, die ebenfalls mit einer erdachten Linie arbeitet.

61

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Ecken-Hängung

Zwei oder mehr Bilder, die zusammen gehören, werden bei der Ecken-Hängung an zwei nebeneinander liegenden Wänden aufgehängt.

Ob die Bilder in einer Linie oder versetzt angeordnet werden, liegt im Ermessen des Betrachters. Ebenfalls ist es egal, ob die Wände eine nach außen liegende Kante haben oder ob die Ecke der Wände nach innen zeigt.

62

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Triptychon: Ein Triptychon ist ein Bild aus mehreren Elementen. Dabei wird ein Motiv in der Regel auf drei Einzelbilder verteilt. Besonders eignen sich für diese Art der Hängung Landschaftsbilder oder Panoramen, die eine gewisse Weite aufweisen. Dabei können die einzelnen Bilder alle die gleiche Größe aufweisen. Oder aber der größte Bildteil wird zum Hauptbild ernannt und die beiden anderen Bilder zu Nebenbilder, die etwas kleiner ausfallen. Dabei handelt es sich um ein Motiv, dass in mehrerer Fotoleinwände aufgeteilt ist.

Bilder an der Wand

Die Symmetrie sollte gewahrt bleiben



Bilderleiste

Auf einer Bilderleiste werden mehrere Bilder in unterschiedlichen Formen und Formaten auf einer an der Wand angebrachten Leiste gestellt. Diese scheinbar zufällige Anordnung ermöglicht eine leichte regelmäßige Umdekoration. Zuzüglich zu den Bildern können weitere Dekoelemente auf die Leiste gestellt werden und die Ordnung der Bilder unterbrechen.

Der Charme liegt in der scheinbaren Zufälligkeit der Anordnung.

Redesign

Umsetzung in der Ferienunterkunft „nach Plan“

- ✓ Erstellen Sie ein Farbkonzept für die Zielgruppe
- ✓ Stellen Sie die Möbel zunächst im Grundriss auf und beachten Laufwege
- ✓ Planen Sie Deko-Material ein
- ✓ Bilder an der Wand erhöhen enorm die Wirkung des Raumes
- ✓ Machen Sie die Unterkunft „schön“ für das Foto

65



Für das Foto „einrichten“

66

Redesign

Für das Foto in den Portalen

Fotografisch können Räume „eingerichtet“ werden:

- ✓ Die schönste Einrichtung: Sonnenlicht!
- ✓ Eindecken des Esszimmer- Tisches mit z.B. Tellern, Gläsern, Besteck
- ✓ Garten- / Balkonmöbel mit Auflagen fotografieren, Sonnenschirm öffnen,
Eindecken des Tisches mit z.B. einem Kaffee- Gedeck,...
- ✓ Zeigen Sie das Bad mit Handtüchern und Fußläufern

aber ACHTUNG:

achten Sie auf die beschriebene Ausstattung Ihrer Ferienunterkunft!

67

Redesign

Die Unterkunft gemütlicher machen



68



eTourismus
AKADEMIE
WEISHEIT

Die Visualisierung der Unterkunft ist
für den Buchungserfolg entscheidend wichtig!



Zugspitz Region



eTourismus
AKADEMIE

69

Preise und Buchungen

– Vergleichbarkeit und Vertragssicherheit



Zugspitz Region



eTourismus
AKADEMIE

70

Ermittlung des Vermarktungspreises

Unterschiedliche Aspekte können in den Vermarktungspreis einfließen und dadurch die Höhe der Miete beeinflussen:

- ✓ Monatliches Darlehen zur Finanzierung
- ✓ Laufende monatliche, oder jährliche Kosten (Steuern und Abgaben)
- ✓ Verbrauchsabhängige Kosten (Heizung, Strom, Wasser)
- ✓ Zielgruppenabhängige Kosten und Abnutzung
- ✓ Werbungskosten in den Portalen (Festpreis- und Provisionsmodelle)
- ✓ Preisangabenverordnung (PAngV)

71

Ermittlung des Vermarktungspreises

§ 1 Abs 1 Satz 1 Preisangabenverordnung (PAngV):

„Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, hat die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Gesamtpreise).“

- ✓ Es muss ein Gesamtpreis kommuniziert werden, der ALLE Nebenkosten beinhaltet, darin sind inkludiert anzugeben:
 - ✓ Wäschepaket
 - ✓ Endreinigung
 - ✓ Heizung
 - ✓ Wasser

ABER!...

72

Ermittlung des Vermarktungspreises

- ✓ Wenn die **Nebenkosten** der Ferienimmobilie verbrauchsabhängig dem einzelnen Mieter z.B. über einen Verbrauchszähler zugewiesen werden können, so dürfen diese auch nach Verbrauch abgerechnet werden und müssen nicht im vorab kommunizierten Mietpreis enthalten sein.
- ✓ Wenn die **Endreinigung** oder die **Bettwäsche** optional ist, der Gast also die Wahl hat, ob er selbst reinigen möchte, oder ob er eigene Bettwäsche mitbringen möchte, dann kann dieser Kostenpunkt auch gesondert aufgeführt werden.
- ✓ **Tipp:** Auch Gebühren, die der Vermieter nicht selbst erhebt, sondern durch den Ort, die Kommune oder der Kreis erhoben werden: z.B. Kurtaxe, Fahrkarten etc., sollten gesondert ausgewiesen werden, da sie nicht Bestandteil der Mietleistungserbringung sind.

Mietvertrag

Rechtliche
Sicherheit im
Anmietungsprozess



Ermittlung des Vermarktungspreises

Der Mietvertrag / Buchungsbestätigung ist nach der erfolgten Anfrage der wichtigste Teil im Vermietungsprozess. Hier werden die genauen Preise definiert und die Stornierungsbedingungen (sofern selbst verhandelt und nicht durch ein Buchungsportal zustande gekommen)

- ✓ Wenn die Vereinbarung nicht bereits mündlich angenommen wurde, sollte ein Mietvertrag als Angebot zur Verfügung gestellt werden.
- ✓ Es lassen sich online einige Musterexemplare downloaden
- ✓ „Konkurrenzvergleich“ – informieren Sie sich auf den Seiten der Anbieter in Ihrer Region über deren Vertragsentwürfe und Stornierungsbedingungen

Die rechtlichen Grundlagen müssen zwingend eingehalten werden.

Ein Fachanwalt kann sehr schnell Licht ins
Dunkel bringen, und individuell auf Ihre
Bedürfnisse eingehen!

Saisonzeiten

Bleiben Sie preislich flexibel und erhöhen Sie den Preis!



77

Saisonpreise

Durch Saisonpreise für die Ferienunterkunft bleibt das Preismodell flexibel und kann jederzeit angepasst werden

- ✓ Individuelle Preise gestaffelt nach Nachfrage
- ✓ Unterschiedliche Anreisezeiten je nach Saison
- ✓ Die Nebenkosten können angepasst werden
- ✓ Für Stammgäste entfällt die „Preis-Gewöhnungsphase“
- ✓ Im Folgejahr können die Preise einfach und schnell angepasst werden
- ✓ Einfache Bewerbung von Buchungslücken durch z.B. schnelles Einpflegen von Saisonzeiten

78

Saisonpreise sollten grundsätzlich 1 Jahr im Voraus eingetragen werden und können fortlaufend aktualisiert werden
- je nach Auslastung

Die Vermarktungsmöglichkeiten der Ferienunterkunft

– online ist Trumpf

Homepage

Die Homepage als
„Nabel zur Welt“



81

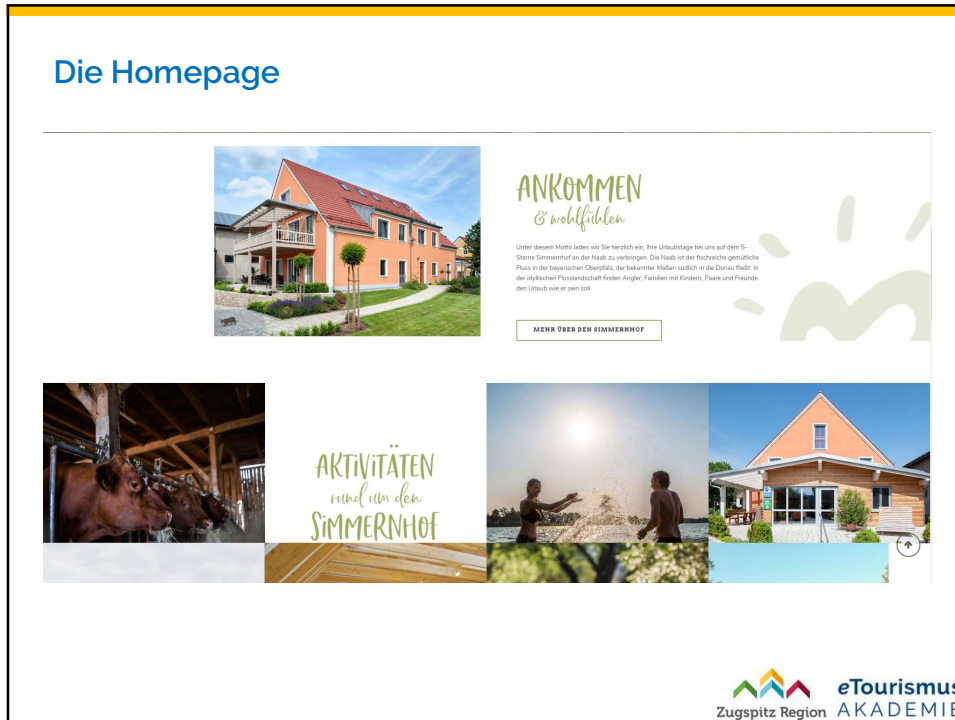
Die Homepage

Simmernhof

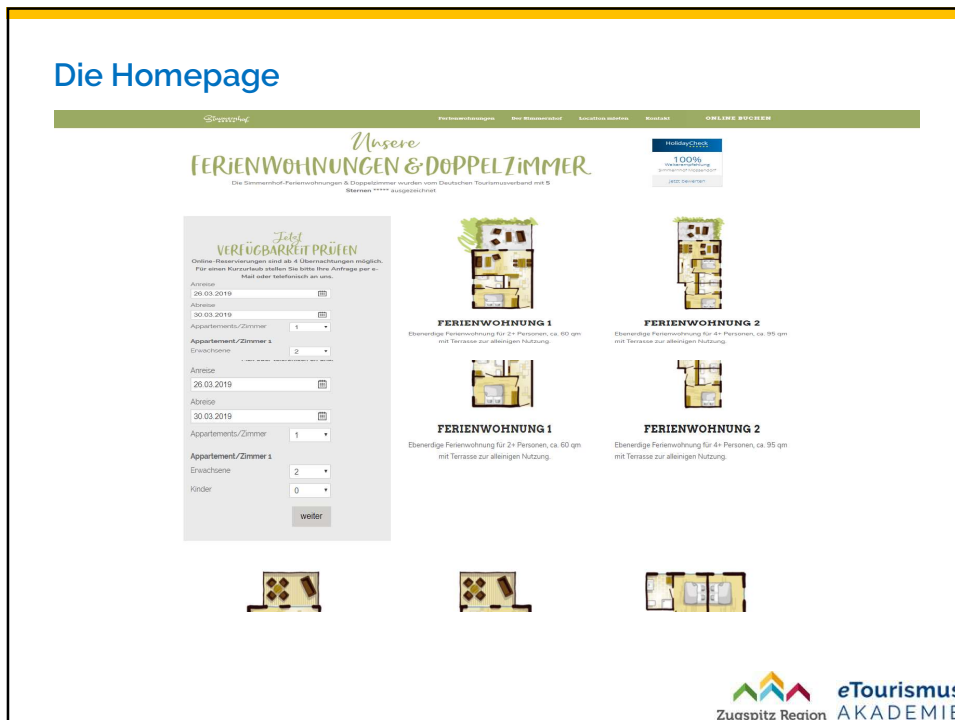
Perienwohnungen Der Simmernhof Location mieten Kontakt ONLINE BUCHEN



82

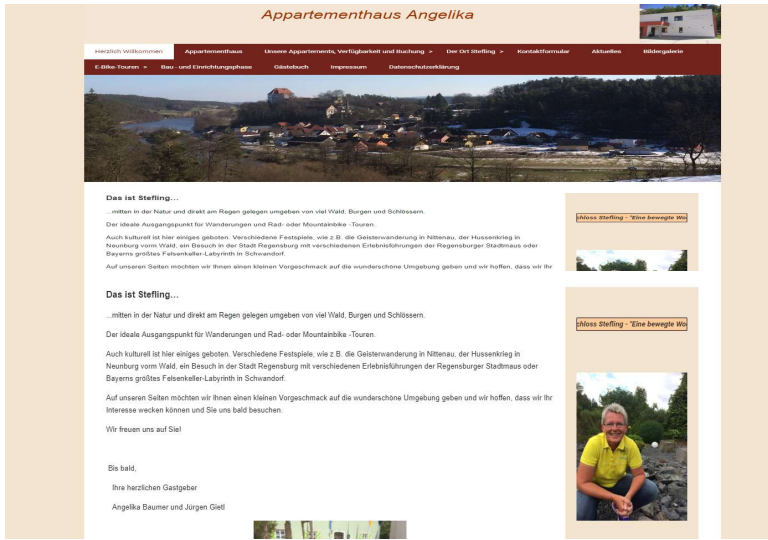



83




84

Die Homepage





eTourismus
 Zugspitz Region **AKADEMIE**

85



Egal, wie die eigene Homepage aufgebaut ist,
wichtig ist die direkte online- Buchbarkeit!


eTourismus
 Zugspitz Region **AKADEMIE**

86

Die eigene Homepage

Grundsätzliches zur Erstellung

- ✓ Achten Sie bei der Erstellung auf ein „modernes“ Design
- ✓ Gekonnte Bildsprache unterstützt den „Wohlfühlfaktor“ auf der Webseite
- ✓ Es sind die grundlegenden Google-Voraussetzungen einzuhalten:
 - ✓ Sauber programmierte Webseite (w3c.org)
 - ✓ Schnelle Ladezeiten (< 3 Sek)
 - ✓ Bilder beschriften (AltText)
 - ✓ Strukturierte Daten (Meta-Tags)
 - ✓ Inhalte und Content für die Zielgruppe
 - ✓ Fortlaufend gepflegte Inhalte
- ✓ Eine direkte Buchbarkeit der Unterkünfte sollte gegeben sein

87

Buchung der Ferienunterkunft

Die Buchung
verlagert sich
zunehmend „online“
ins Internet!

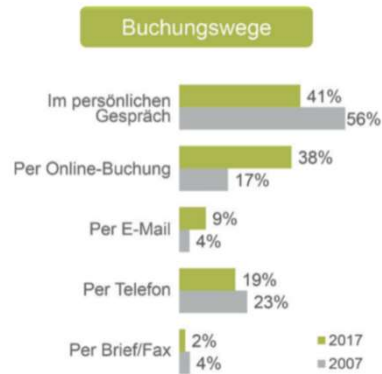


88

Der 360Grad - Gastgeber

Urlaubsorganisation/ -buchung: Das Internet bringt den Wandel

... Der Strukturwandel zu Gunsten von Einzelbuchungen, Unterkunftsanbietern und Internetportalen ist aber seit Jahren zu beobachten. **Der Treiber hinter dieser Entwicklung ist die kontinuierliche Zunahme der Onlinebuchungen**, von 17% aller gebuchten Urlaubsreisen im Jahr 2007 auf 38% im Jahr 2017. Es ist zu erwarten, dass schon vor 2020 die Mehrheit aller Urlaubsbuchungen im Internet (d. h. online und per E-Mail) generiert wird.



Basis: Urlaubsreisen mit Vorausbuchung (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; 2007 nur Deutsche

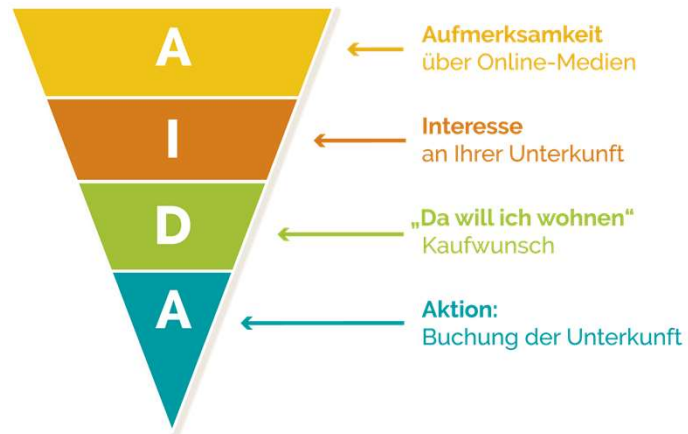
http://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2018/03/RA2018_Erste-Ergebnisse_DE.pdf



Sie brauchen mehr Aufmerksamkeit in den Online-Portalen!

Aufmerksamkeit in den Portalen

Mehr Reichweite durch konsequente Nutzung der Portale



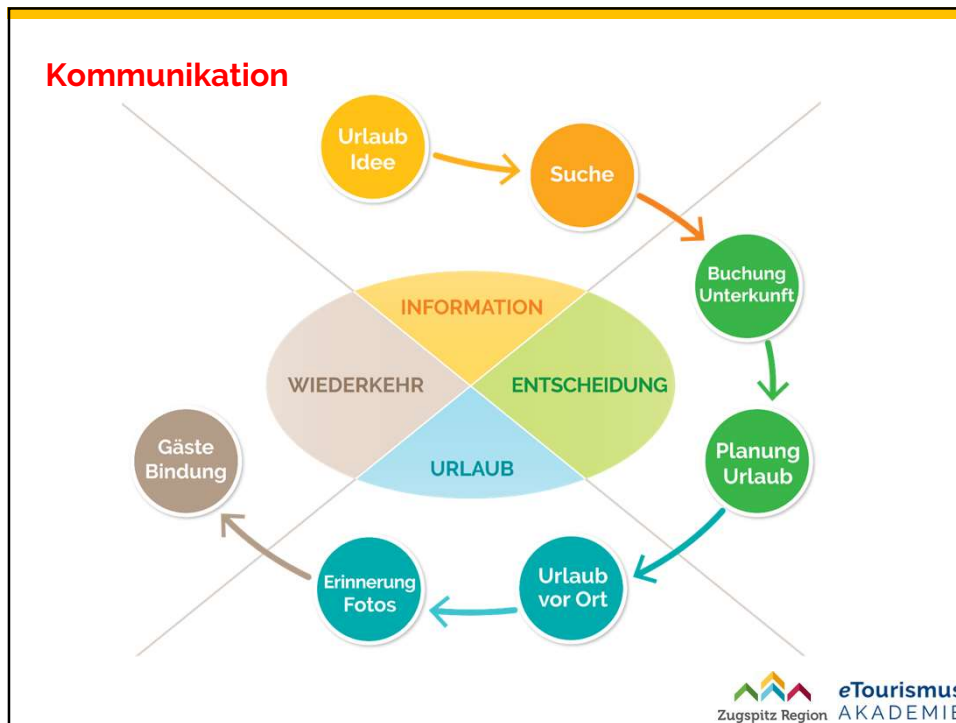
91

Kommunikation mit dem

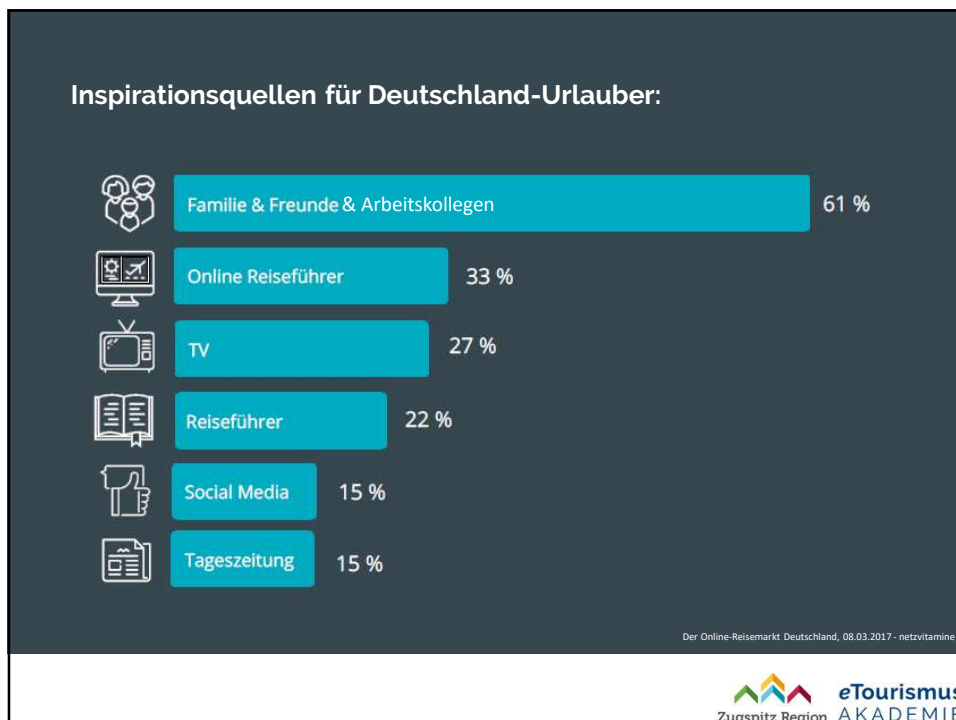
Urlaubsgast

- der Stammgast kommt heute nicht mehr von alleine

92



93



94

Stammgastbildung beginnt nicht erst mit
der Ankunft des Gastes und der Betreuung vor Ort!

**Bereits mit dem ERSTEN KONTAKT sollten
Sie strategisch den Gast an sich binden!**

Der 360Grad - Gastgeber

Die Herausforderungen in der Gastkommunikation

- ✓ Online-Buchungen nehmen weiter zu und werden immer wichtiger für eine erfolgreiche Auslastung
- ✓ Buchungsportale übernehmen den Buchungs- und Betreuungsprozess (und drängen Gastgeber in eine „Abhängigkeit“)
- ✓ Der „Servicegedanke“ des Gastes nimmt mehr und mehr zu (und damit auch die erwarteten Selbstverständlichkeiten!)
- ✓ Schaffung strukturierter Gastkommunikation
- ✓ Automatisierung der eigenen Gastkommunikation
- ✓ Dem Urlaubsgast von Anfang an ein „gutes Gefühl geben“



Wie und wann, kann, und sollte
kommuniziert werden?

Teilen Sie Ihre Kommunikation in
unterschiedliche Teilprozesse!

97


Der 360Grad - Gastgeber

Prozessoptimierte Gästebetreuung durch Kommunikation


- ✓ Durch Prozessoptimierung minimieren Sie Fehler in der Gastbetreuung
- ✓ Erstellen Sie sich einen Zeitstrahl mit definierten Aktionen
- ✓ Prozesse erleichtern allen Beteiligten die „Arbeit“
- ✓ Durch strukturiertes Arbeiten erreichen Sie 100% Erfüllungsquote in Ihren definierten Prozessen.
- ✓ Ihr Gast muss von Anfang an das Gefühl haben: „ich bin Profi, ich weiß was du brauchst“



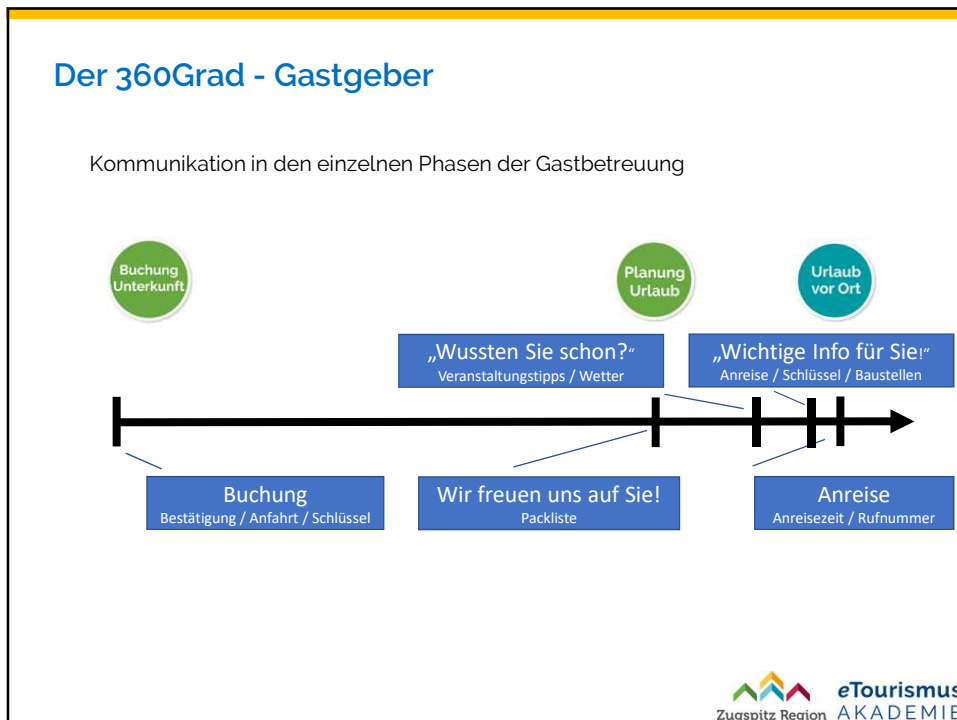
98



Kommunikation in den einzelnen Phasen
der Gastbetreuung



99



100

Der 360Grad - Gastgeber

Prozessoptimierte Gästebetreuung durch Kommunikation

- ✓ Die Buchungsbestätigung ist der Einstieg in die Kommunikation mit dem Urlaubsgast. Signalisieren Sie, dass Sie sich erneut melden werden.
- ✓ Bringen Sie sich rechtzeitig vor der Anreise durch eine E-Mail in Erinnerung.
- ✓ Versorgen Sie Ihren Gast mit weiteren Infos und bringen in ihn „Urlaubsstimmung“
- ✓ WICHTIG: bei Online-Buchung sollten Sie die Mails der Portale bereits kennen, um doppelte Inhalte zu vermeiden!!
- ✓ Begeistern Sie den Urlaubsgast mit Details zur Wohnung/ Haus oder zur Umgebung und Ausflugstipps.
- ✓ Sie kennen die Region, Sie kennen die Besonderheiten zu Anreise/ Parken/ Baustellen und weiteren, wichtigen Details.

101



**Auch NACH den einzelnen Phasen der
Gästebetreuung ist die Kommunikation
mit dem Urlaubsgast wichtig!**

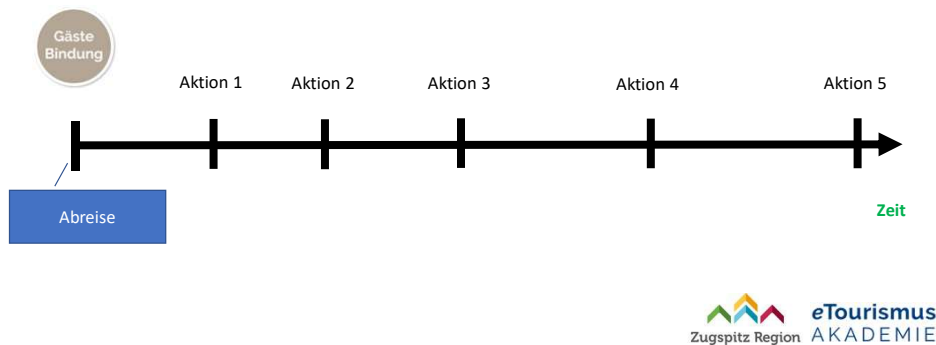
102

Der 360Grad - Gastgeber

Bringen Sie sich in Zeitabständen bei Ihren Urlaubsgästen immer wieder in Erinnerung

NACH der Abreise ist VOR der nächsten Anreise, deshalb

- ✓ definieren Sie Aktionen an einem Zeitstrahl
- ✓ entwickeln Sie Aktionen, die für Ihre Gäste attraktiv sein können
- ✓ versuchen Sie, Ihren Gast über Ihre Kommunikationskanäle zu erreichen



103

Der 360Grad - Gastgeber

E-Mails werden von den Gästen gelesen

Informieren Sie fortlaufend den Urlaubsgast in Phasen NACH der Abreise



104

Die Sichtbarkeit Ihrer E-Mail in der
Kommunikation ist besonders NACH dem
Aufenthalt um einiges höher,
als eine E-Mail der Portale!

Der 360Grad - Gastgeber

E-Mails werden von den Gästen gelesen

Informieren Sie fortlaufend den Urlaubsgast in Phasen NACH der Abreise

- ✓ Schön, dass Sie da waren + Bewertung
- ✓ Bewertung/ Erinnerung an Bewertung
- ✓ Bewertung mit Möglichkeit, einen Gutschein zu erhalten
- ✓ Anstehende, interessante Veranstaltungen in der Region
- ✓ Neue, emotionale Informationen rund um die Ferienunterkunft
- ✓ „Hast du das gesehen?“ - Sehenswürdigkeiten „weg vom Mainstream“
- ✓ Weihnachtspost senden, oder „vor einem Jahr ward ihr heute hier“
- ✓ ...



Sie kennen sich vor Ort aus – reden sie einfach darüber und leiten Ihre Gäste auf die Homepage mit den Informationen, die sie für Ihren nächsten Aufenthalt bei Ihnen brauchen!

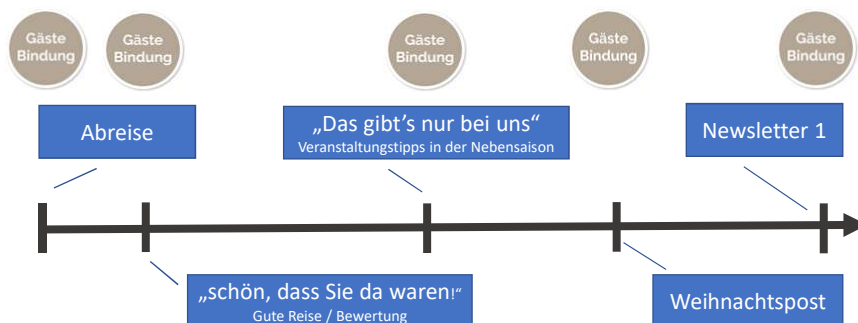


107

Der 360Grad - Gastgeber

E-Mails werden von den Gästen gelesen

Informieren Sie fortlaufend den Urlaubsgast in Phasen NACH der Abreise



108

Der 360Grad - Gastgeber

Mögliche Themen sind:

- ✓ Feiertage (und deren Besonderheiten)
- ✓ Regionale Veranstaltungen und Videos zum Anschauen
- ✓ Geschichte der Region, der Stadt, des Tourismus
- ✓ Bilder von der Unterkunft, Baufortschritte, Details von Neuerungen
- ✓ Infografiken rund um die Region
- ✓ Beiträge aus der regionalen Zeitung, die für Ihre Gäste interessant sein können
- ✓ Hinter den Kulissen – wie pflegt man eine Ferienunterkunft, wie ist die Vorbereitung
- ✓ Stellen Sie Fragen
- ✓ Beantworten Sie die am meisten gestellten Fragen vor Ort
- ✓ Empfehlungen rund um Social Media (Gruppen bei Facebook, Instagramable Orte)
- ✓ Bedanken Sie sich bei Ihren Gästen für deren Aufenthalt
- ✓ Kommentieren Sie die Postings Ihrer Gäste
- ✓ Bilderwettbewerb der Gäste nach Jahreszeiten mit Bilder aus der Region

109

Bewertungen und Bewertungsarten

– wenn die „Schwarmintelligenz“ bei
der Buchung mitentscheidet

110

Bewertungen im Internet

Unterschiede in der Systematik der Bewertung

Bewertungen und DTV-Klassifizierungen gehen „Hand in Hand“!

- ✓ Klassifizierungen sind **objektive, nachvollziehbare Kriterien**, die Ihre Unterkunft auszeichnen und damit glaubwürdig sind.
- ✓ Bewertungen sind „Schwarmintelligenz“ von Urlaubsgästen und damit **„emotional“** und nicht immer eindeutig belegbar.

111



The screenshot shows the website of the Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV). The header includes 'Kundencenter-Login', 'Presse', and social media icons for Twitter, Facebook, and YouTube. The main navigation bar contains 'DTV', 'Suchbegriff' (search input), 'SUCHEN', and 'SERVICE'. The main content area is titled 'KRITERIEN FÜR DIE DTV-KLASSIFIZIERUNG'. Below this title, it states: 'Für die Klassifizierung von Ferienwohnungen, -häusern und -zimmern gelten die folgenden Kriterienkataloge.' followed by two links: '» Kriterien für Ferienhäuser & Ferienwohnungen (PDF)' and '» Kriterien für Ferienzimmer (PDF)'. On the left side, there is a sidebar with the heading 'Inhalt' and links for 'Für Lizenznehmer', 'Für Gastgeber', 'Für Gäste', 'Über sterneferien.de', 'English version', and 'Bundesweite Statistik'. At the bottom of the main content area, there are two promotional banners: 'Werbespot DTV-Sterne' and 'Werbung mit den DTV-Sternen'. The footer of the website features the 'Zugspitz Region eTourismus AKADEMIE' logo.

112



Bewertungen werden heute als „DIE“ neue
Währung im Internet bezeichnet!

- was anderen nicht gefällt, wird nicht gebucht!

Bewertungen beeinflussen die Kaufentscheidung

Bewertungen sind ein Entscheidungskriterium für die Buchung!

Auszug der Ergebnisse aus der Phocuswright-Studie in 2015 mit weltweit
14.991 befragten Reisenden zur deren Reiseplanung:

- ! **Die Hälfte der Befragten** weltweit würde keine Unterkunft buchen,
zu der es gar keine Erfahrungsberichte gibt.
- ! **79% der Befragten** geben an, dass sie mindestens 6 bis 12
Erfahrungsberichte über 4 bis 10 Unterkünfte lesen, bevor sie sich
entscheiden.



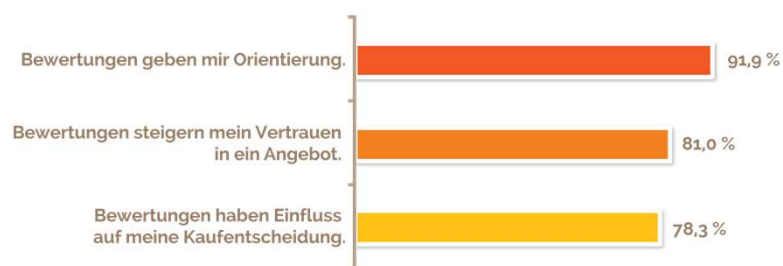
„Je mehr **Bewertungen** sich auf der Unterkunft befinden,
desto „breiter“ sind die Meinungen und
desto „sicherer“ fühlt sich der Leser / Urlauber
in seiner Entscheidung“



115

Bewertungen beeinflussen die Kaufentscheidung

Bewertungen sind ein Entscheidungskriterium für die Buchung!



Die Psychologie des Bewertens



116

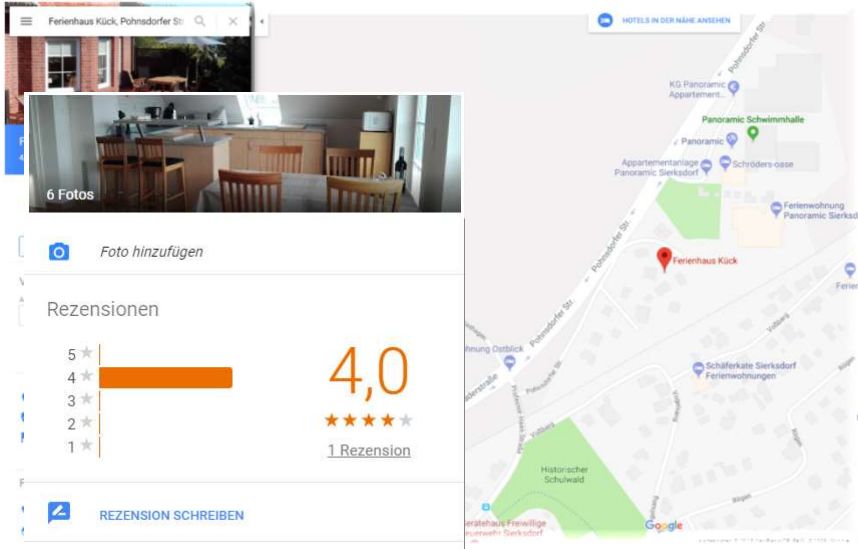


2. Bewertungen bei Google



117

Bewertungen im Entscheidungsprozess – der „Knowledge-Graph“




6 Fotos

Foto hinzufügen

Rezensionen

5	★	
4	★	4,0
3	★	★★★★★
2	★	
1	★	1 Rezension

REZENSION SCHREIBEN



118



„Wie gehe ich mit Bewertungen um?“

119

Bewertungen beeinflussen die Kaufentscheidung

Auszug der Ergebnisse aus der Phocuswright-Studie in 2015 mit weltweit 14.991 befragten Reisenden zur deren Reiseplanung:

- ! **Die Hälfte der Befragten** weltweit würde keine Unterkunft buchen, zu der es gar keine Erfahrungsberichte gibt.
- ! **79% der Befragten** geben an, dass sie mindestens 6 bis 12 Erfahrungsberichte über 4 bis 10 Unterkünfte lesen, bevor sie sich entscheiden.
- ! **80% der Befragten** sind der Meinung, dass sich Hotels, die auf Bewertungen mit einer Management-Antwort reagieren, mehr um ihre Gäste bemühen.

120

...im Falle des Falles – einfache Regeln bei Kritik

- **Wichtigste Regel beim Kritikmanagement – BLEIBEN SIE RUHIG,** klären Sie, welche Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme es gibt.
- Werden Sie nicht emotional im Schreibstil, äußern Sie **KEINESFALLS** gegenseitige Kritik.
- Reagieren **Sie MÖGLICHST SCHNELL!**
- Kommentieren Sie „politisch korrekt“
– **denken Sie an die Schwarmintelligenz!**
- **Nehmen Sie auch mal die Schuld auf sich,** wenn es gerechtfertigt ist
– das steigert die Glaubwürdigkeit!
- **Niemals, NIEMALS!!** den Kampf öffentlich auf einem Bewertungsportal ausfechten – Ziel ist es, **die direkte Kommunikation herzustellen!**

