



Opodo erweitert seinen Service für Hotels

Das Unternehmen vergrößert die Auswahl an Raten-Modellen für seine Hotelpartner und führt ein Online-Vertrags-Tool ein

Hamburg, 7. Dezember 2005 – Das paneuropäische Online-Reiseportal Opodo hat heute zwei neue Initiativen gestartet, dank derer Hotels ihre Bestände künftig noch leichter über Opodo vermarkten können. Damit unterstreicht das Unternehmen einmal mehr sein Bestreben, mit seinen Partnern auf Basis eines anbieterfreundlichen Geschäftsmodells zusammenzuarbeiten.

Die erste der beiden Initiativen besteht in der Erweiterung des „Opodo Raten-Modell-Programms“. Opodo bietet Hotels jetzt die Möglichkeit, das gesamte Spektrum von Raten-Modellen auszunutzen – von Retail über Enhanced Retail bis hin zu Merchant oder Wholesale. Somit können Hoteliere das gesamte Kalenderjahr über frei wählen, welche Rate sie nützen möchten, um Belegung und Ertrag zu maximieren.

John Ryan, Director Hotels bei Opodo, erklärte dazu: „Mit der Erweiterung unseres Raten-Programms versetzen wir unsere Hotelpartner in die Lage, quer durch das gesamte Raten-Spektrum mit uns zusammenzuarbeiten. Dadurch können sie flexibel auf veränderte Marktbedingungen reagieren und ihre Preisgestaltung und Zimmerbestände besser steuern. Tarife, Verfügbarkeiten und Hotelbeschreibungen lassen sich schnell und problemlos über ein einziges Bestandsverzeichnis aktualisieren, sodass die Hotels ihre Preise und Zimmerkontingente besser verwalten können.“

Die zweite Initiative ist die Einführung des automatischen Opodo Online-Vertragssystems (OACS), mit dem Opodo die vereinbarten Raten einziehen kann, ohne dass gedruckte Verträge erstellt werden müssen.

„Hotels suchen stets nach Wegen, ihre Vertriebskosten zu senken und Irrtümer weitmöglichst zu reduzieren“, so Ryan weiter. „Mit unseren neuen automatisierten

Vertrags-Tools können sie ihre Vertragsinformationen im Opodo-System ganz leicht und nahtlos aktualisieren – und damit Zeit, Geld und Arbeit sparen.“

Neben diesen beiden Initiativen wird Opodo auch ein neues „Empfehlungsprogramm“ mit Kunden-Feedback zum Service und Produktangebot der Hotels einführen. Auf diese Weise sollen auf allen Opodo-Websites „Best in Class“-Häuser und besondere Leistungen promotet werden.

Über Opodo

Mit seinem unabhängigen, preisgünstigen Online-Service für weltweites Reisen wird Opodo den Bedürfnissen gerecht, die der Reisende von heute wirklich hat. Das Unternehmen vermittelt hervorragende Angebote von 500 Fluggesellschaften, Unterkunft in 65.000 Hotels und Mietwagen an 7.000 Standorten. Ferner bietet Opodo Pauschalreisen, Städtetrips, Lifestyle-Urlaub, Ski-Reisen, umfassende Reiseversicherung und Mehrwertdienste wie Parken am Flughafen.

Opodo wurde von neun führenden europäischen Fluggesellschaften gegründet: Aer Lingus, Air France, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Finnair, Iberia, KLM und Lufthansa. Im März 2005 erwarb Amadeus, Reisetechologiehersteller mit Sitz in Madrid, eine 74%-ige Mehrheitsbeteiligung an dem Unternehmen.

Opodo ist in neun europäischen Märkten präsent: Deutschland, UK, Frankreich, Italien, Spanien, Norwegen, Dänemark, Finnland und Schweden. Zur Opodo-Gruppe gehören die folgenden Unternehmen: Opodo.co.uk, Opodo.de, Opodo.fr, Opodo.es, Quest Travel (einer der führenden unabhängigen Fernreisespezialisten im Vereinigten Königreich), Karavel (ein führender französischer Online-Reiseveranstalter), Eviaggi (ein italienisches Online-Reisebüro), Vivacances (ein französisches Online-Reisebüro) und Travellink (ein nordisches Online-Reisebüro).

Für weitere Informationen:

Opodo Presse

häberlein & mauerer ag
agentur für public relations
Silke Mattle
Franz-Joseph-Str. 1
80801 München
Telefon: 089/38 108-108
Telefax: 089/38 108-150
E-Mail: silke.mattle@haebmau.de