



© Motel One (4)

medianet: Ihre Marke zeichnet sich besonders über den Preis aus.

Schelle-Müller: Richtig. Unser Preis geht nicht rauf und runter. Natürlich gibt es auch Eventzeiten, in denen die Zimmerpreise erhöht werden, aber abgesehen davon ist es immer derselbe Preis. Rabattaktionen würden also auch bei einem Kundenbindungsprogramm unserer Marke widersprechen. Das Thema packen wir also definitiv nicht an.

medianet: Welche Idee steckt denn hinter dem immer gleich bleibenden Preis?

Facts

Hintergrundinformationen

Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen Motel One mit Sitz in München gilt als Vorreiter im Bereich Budget Design Hotels. Mit aktuell 60 Hotels in sieben Ländern und 30 weiteren Standorten in Entwicklung expandiert die Hotelgruppe stetig. „Like the Price. Love the Design.“, lautet das Konzept, das außergewöhnliches Design, wertige Materialien und hohe Servicestandards an zentralen Standorten zu Budget-Preisen bietet. In Österreich betreibt Motel One im Joint Venture mit der Verkehrsbüro Group vier Hotels in Wien, zwei in Salzburg. Zwei neue Motel One in Linz und Innsbruck sind in Planung.

Weitere Informationen unter:
www.motel-one.com



Schelle-Müller: Wir glauben, dass für eine Marke ein fairer, gleichbleibender Preis ein wichtiger Markenbaustein ist. Der Gast kann sich auf uns verlassen – das ist unsere Grundüberzeugung. An mindestens 300 Tagen im Jahr ist der Preis derselbe.

medianet: Motel One verzichtet auf Schränke, Telefone und Zimmerservice. Wieso verzichtet man auf Schränke?

Schelle-Müller: Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche einer Übernachtung und verzichten deshalb bewusst unter anderem auf einen klassischen Schrank. Unsere Gäste sind durchschnittlich zwischen ein bis zwei Nächten bei uns – da braucht es nicht dringend einen

Design

Die Designs der einzelnen Hotels von Motel One variieren je nach Standort. Dabei durchzieht jeweils ein Thema das komplette Hoteldesign.



”

Wir glauben, dass für eine Marke ein fairer, gleichbleibender Preis ein wichtiger Markenbaustein ist.

“



Schrank. Kleiderstangen gibt es natürlich.

medianet: Welchen Stellenwert hat das Thema Digitalisierung im Hotel?

Schelle-Müller: Dieses Thema kommt in der Hotellerie im Vergleich zu anderen Branchen etwas langsamer in Fahrt. Wir planen, unsere Hotels in den nächsten zwei Jahren aufzurüsten. Das beginnt bei einem Online-Check-In. Wir investieren kräftig in die Infrastruktur, aber auch in andere digitale Projekte, die sich stark in unserer App abspielen werden. Die höchste Conversation-Rate haben wir auch mit der App.

medianet: Mit welchen Themen müssen Sie sich in Zukunft beschäftigen?

Schelle-Müller: Zu wissen, auf welchen Kanälen und mit welchen Menschen Kommunikation betrieben werden kann, wird auch in Zukunft eine große Herausforderung sein.