

MYRATE WHITE PAPER

5 TIPPS, UM SCHULTERZEITEN ZU VERRINGERN UND BUCHUNGSLÜCKEN ZU SCHLIESSEN

Wie füllen erfolgreiche Gastgeber:innen auch in der Nebensaison ihre Zimmer? In unserem kostenlosen Whitepaper zeigen wir Ihnen 5 praxiserprobte Tipps, mit denen Sie Schulterzeiten reduzieren, Ihre Auslastung steigern und gezielt neue Zielgruppen ansprechen können – datenbasiert, effizient und direkt umsetzbar.

Das erwartet Sie in diesem Whitepaper:

- ✓ konkrete Tipps, um Buchungslücken zu erkennen und gezielt zu füllen
- ✓ Datenbasiertes Know-how
- ✓ Impulse aus der Praxis speziell für Gastgeber:innen wie Sie

MEHR AUSLASTUNG

Entdecken Sie praxisnahe Strategien, wie Sie auch außerhalb der Hauptsaison Gäste gewinnen – datenbasiert, effizient und zukunftsicher.

WENIGER LEERSTAND

Nutzen Sie die Chancen außerhalb der Hauptsaison – mit konkreten Maßnahmen, datenbasierten Einblicken und praxiserprobten Tipps, die sich wirklich auszahlen.

Die Schultersaison als ungenutzte Chance

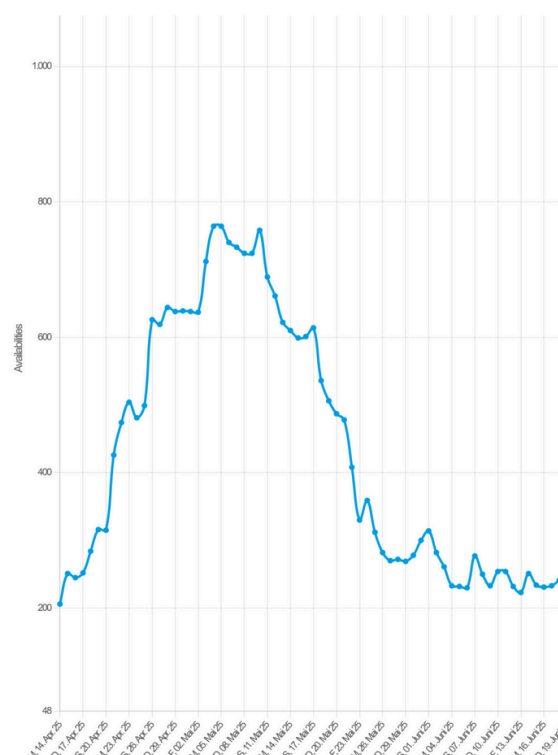
Viele Gastgeber:innen kennen das Phänomen: Die Hochsaison läuft rund, die Unterkünfte sind gut gebucht – doch sobald die klassischen Reisezeiten vorbei sind, beginnt der Kampf gegen leere Zimmer und Ferienwohnungen. Genau hier liegt großes Potenzial: in den sogenannten Schultersaisons.

Was ist die Schultersaison?

Im Tourismus bezeichnet man als Schulter-saison oder Schulterzeit die Übergangszeiten zwischen Haupt- und Nebensaison. Diese Phasen liegen meist im Frühjahr (z. B. März–Mai) und im Herbst (z. B. September–November), je nach Destination auch in anderen Monaten.

Es sind Zeiten, in denen zwar Nachfrage besteht – aber nicht auf dem Niveau der Hochsaison. Gerade deshalb lassen sich hier mit geschickter Preis- und Angebotsstrategie zusätzliche Gäste gewinnen und Leerstand vermeiden.

Statt auf Pauschalrabatte oder blindes Hoffen zu setzen, braucht es ein systematisches Vorgehen. Gastgeber:innen, die die Schultersaison strategisch nutzen, können ihre Auslastung erhöhen, mehr Umsatz generieren und zielgerichtet neue Gästesegmente erschließen – ohne große Investitionen.



Warum jede Buchung zählt – gerade in der Nebensaison

In Zeiten steigender Kosten und wachsender Konkurrenz ist eine hohe Auslastung entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg von Beherbergungsbetrieben. Gerade in den sogenannten Schulterzeiten – also in den Zeiträumen vor und nach der Hauptsaison – bleiben jedoch viele Betten leer. Dabei bietet gerade diese Phase wertvolle Potenziale, um mit klugen Strategien und gezielten Angeboten mehr Gäste zu gewinnen.

Zielgruppen außerhalb der Hauptsaison erkennen und gezielt ansprechen

Nicht alle Gäste reisen ausschließlich in der Ferienzeit. Denken Sie an Zielgruppen wie

- Paare ohne Kinder,
- Senioren,
- Remote Worker / Digital Nomads oder
- Aktivurlauber, die die Ruhe abseits der Hauptreisezeiten schätzen.

Durch gezielte Ansprache auf Ihrer Website, in Newslettern oder auf Social Media können Sie diese Gäste bewusst ansprechen. **Arbeiten Sie zum Beispiel mit saisonalen Zielgruppen** und entwickeln Sie Angebote, die speziell auf die Bedürfnisse dieser Gruppen zugeschnitten sind.

Preisstrategien flexibel gestalten

Statische Preislisten gehören der Vergangenheit an. Nutzen Sie dynamische Preisgestaltung, um auch in schwächeren Zeiten attraktiv zu bleiben.

Mit Vergleichsdaten aus Tools wie z.B. dem myrateKompass können Sie sich an Marktpreisen orientieren und Ihre Preise laufend optimieren. Denken Sie auch an:

- attraktive Last-Minute-Angebote,
- exklusive Direktbucherrabatte und
- gezielte Frühbucheraktionen für die Nebensaison.



Die Zielgruppen können sich nicht nur nach typischen Merkmalen, wie Demografie, Einkünfte etc. unterscheiden, sondern auch nach Haupt- und Nebensaison.



Die Nebensaison zum
"Thema" machen

Angebote kreativ bündeln

Machen Sie die Nebensaison zum Thema. Bieten Sie z. B.:

- Wellness-Wochen im Frühling oder Herbst,
- Genusswochen mit regionaler Küche,
- "Workation"-Pakete für Homeoffice-Gäste oder
- Aktivurlaubsangebote mit geführten Wander- oder Radtouren.

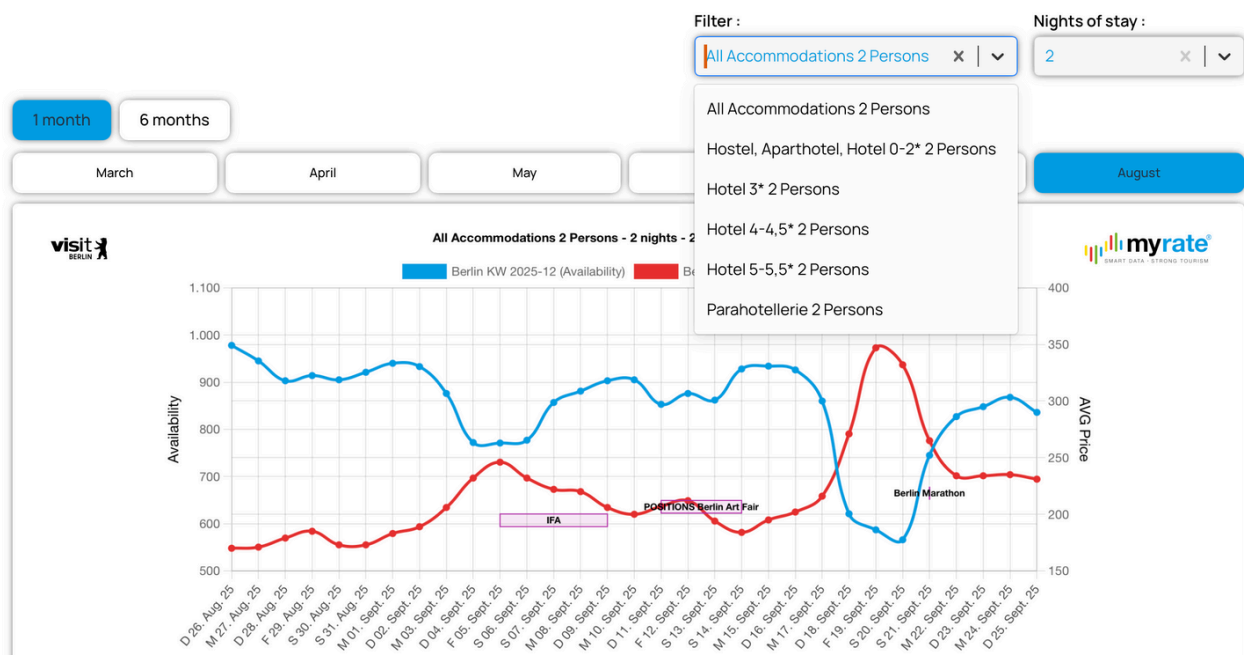
Durch clevere Paketierungen und Kooperationen mit regionalen Partnern schaffen Sie Mehrwert und stechen aus der Masse heraus.

Digitale Sichtbarkeit und Buchbarkeit optimieren

Gerade außerhalb der Hauptreisezeit ist es wichtig, dass potenzielle Gäste Sie schnell und einfach finden. Sorgen Sie dafür, dass:

- Ihre Unterkunft auf allen wichtigen Buchungsplattformen sichtbar ist,
- Ihre Website mobiloptimiert und aktuell ist,
- saisonale Keywords für die Nebensaison eingebunden sind.

Ein Tool wie z.B. das myrateDashboard BASIC kann helfen, die aktuelle Lage in Ihrer Region transparent darzustellen und potenziellen Gästen Orientierung zu geben.

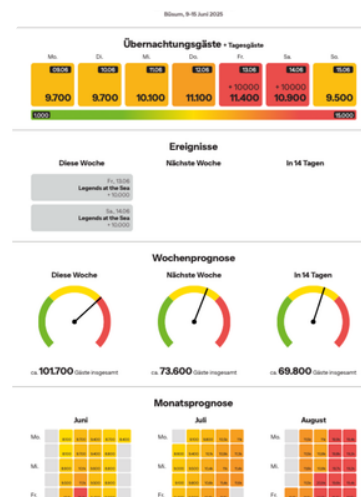


Mit dem myrateDashboard BASIC können DMO oder TVB ihren Leistungsträgern aktuelle Tourismusdaten der Region genau dort anbieten, wo sie gebraucht werden – direkt auf der Website.

Gästeströme antizipieren – datenbasiert planen

Mit digitalen Prognosetools wie z.B. dem myrate GästeRadar365 erkennen Sie frühzeitig Nachfrageschwankungen und können flexibel reagieren. Nutzen Sie diese Daten, um

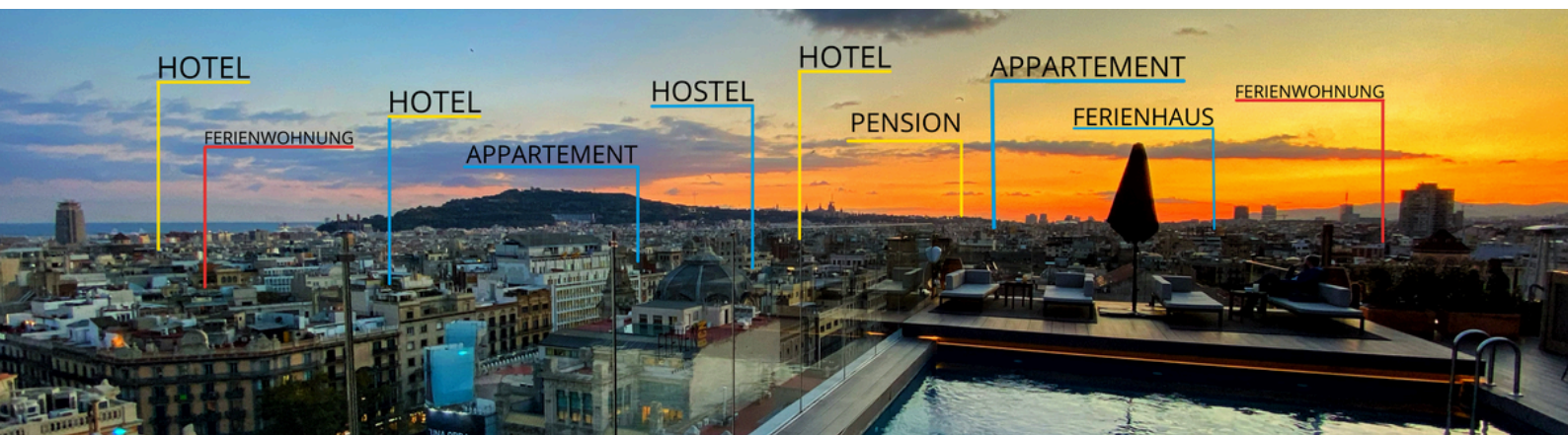
- gezielte Marketingaktionen für schwache Wochen zu starten,
- Ihre Preisstrategie anzupassen und
- mit dem Team proaktiv auf erwartete Buchungslücken zu reagieren.



Fazit & Ihr nächster Schritt

Schulterzeiten sind kein Schicksal, sondern eine strategische Herausforderung. Mit den richtigen Zielgruppen, flexiblen Preisen, kreativen Angeboten und datenbasierten Entscheidungen können Sie Ihre Auslastung deutlich verbessern.

Lust auf mehr? Fordern Sie jetzt ein unverbindliches Beratungsgespräch an oder entdecken Sie unsere Tools, wie zum Beispiel den myrateKompass oder den myrateGästeRadar365 für Ihren Betrieb.



Erfahren Sie mehr über unsere Produkte:



<https://www.my-rate.de/produkte>

Vereinbaren Sie jetzt ein Beratungsgespräch:



Sabrina Winkelmann
Revenue Management & Datenanalyse
sabrina@my-rate.de
+49 160 97732305



IHRE SMARTE LÖSUNG FÜR DATENGETRIEBENE OPTIMIERUNGEN AUF BASIS TOURISTISCHER DATEN

myrate liefert wertvolle Einblicke in Buchungszahlen und Verfügbarkeiten, damit Sie gezielt die wirtschaftliche Entwicklung Ihrer Region steuern können. Mit fundierten Analysen unterstützt myrate Tourismusverbände, Beherbergungsbetriebe und lokale Unternehmen dabei, strategische Entscheidungen zu treffen und ihre Angebote optimal auf die Nachfrage abzustimmen. Mit myrate ist es erstmals möglich, für alle Beherbergungsbetriebe ganze Regionen und Städte in Sachen Preise und Verfügbarkeiten abzubilden – 365 Tage im Voraus.



Folgen Sie uns auch auf LinkedIn:
[linkedin.com/company/my-rate](https://www.linkedin.com/company/my-rate)

www.my-rate.de