

Frankfurt am Main, 21. April 2023

Radisson Hotel Group baut Immersive Content aus und bietet Website in noch mehr Sprachen an

Mit einer Auswahl von 29 Sprachen ist die Radisson Hotel Group das erste Hotelunternehmen weltweit, das seine Website in knapp 30 Sprachen anbietet und damit fast 70 Prozent der Menschen in ihrer Muttersprache erreicht. Das Angebot an virtuellen 3D-Hoteltouren soll bis Ende des Jahres auf 100 Häuser ausgebaut werden.

Die Radisson Hotel Group gehört zu den ersten Unternehmen der Branche, die ihre Hotels mittels immersiver digitaler Erlebnisse in einer neuen Art und Weise präsentieren und den Gästen die Möglichkeit geben, sich virtuell durch die Räume zu bewegen. Dank der virtuellen 3D-Touren können sie sich über ihr Smartphone, ihren PC, Laptop oder mit einer VR-Brille virtuell durch die Hotels bewegen. Bislang haben 86 Häuser die neue Technologie in ihre Website integriert, was 2022 zu einer Steigerung der Klickrate um 279 Prozent, der durchschnittlichen Verweildauer auf der Seite um 3,85 Prozent und der Interaktion um 20,9 Prozent im Vergleich zum Jahr 2021, als die Seiten nur statische Bilder enthielten, geführt hat. Bis Ende dieses Jahres soll der virtuelle Rundgang von 100 Hotels angeboten werden.

Immersive Content hat sich zu einem starken Umsatztreiber für das Meeting- und Eventgeschäft der Radisson Hotel Group entwickelt. 2022 brachte die Gruppe ihre erste Buchungsmaschine für Meetings und Events auf den Markt, die immersive Inhalte integriert und es Meeting-Planern ermöglicht, auf einfache Weise nach dem perfekten Veranstaltungsort zu suchen, indem sie die Meeting-Räume und die verschiedenen Setups virtuell erkunden. Die 3D-Touren bieten ihnen Grundrisse, Puppenhausansichten und eine exakte digitale Nachbildung des Hotels. Mit nur wenigen Klicks können die Planer beurteilen, ob die Räume ihren Vorstellungen entsprechen, und sie dann direkt buchen. Die Einführung dieser Technologie hat zu mehr Anfragen im Tagungs- und Veranstaltungsbereich (+35 Prozent) und zu mehr Buchungen (+12 Prozent) geführt.

„Wir haben beschlossen, unsere Kundenansprache von der internationalen auf die nationale Ebene zu verlagern und unser digitales Erlebnis interaktiver und lokalisierter zu gestalten, indem wir unsere Darstellung und den Buchungsprozess auf unserer Website und App in die wichtigsten Sprachen übersetzen“, sagt Raul Alvarez Barrera, Vice President Global Digital Experience, Radisson Hotel Group.

Die Gruppe ist das erste Hotelunternehmen weltweit, das seinen Online-Auftritt in so vielen Sprachen anbietet. Ziel ist es, dieses Angebot bis Ende 2023 auf 31 Sprachen zu erweitern. Die Conversion Rate ist in Märkten, in denen Englisch nicht die Hauptsprache ist, im Durchschnitt dreimal höher, weil User in ihrer eigenen Muttersprache interagieren und so Sprachbarrieren überwinden können.

###



MEDIENKONTAKT

Simon Riegler-Kern, Area Manager PR & Communication Central & Southern Europe
simon.kern@radissonhotels.com

RADISSON HOTEL GROUP

Die Radisson-Markenfamilie ist weltweit in mehr als 120 Ländern vertreten. Derzeit sind über 1.700 Hotels in Betrieb und in der Entwicklung. Die Radisson Hotel Group betreibt das Geschäft in Europa, dem Nahen Osten, in Afrika und im Asien-Pazifik-Raum mit mehr als 1.100 Hotels in Betrieb und in der Entwicklung. Zur Radisson-Markenfamilie gehören Radisson Collection, Radisson Blu, Radisson, Radisson RED, Radisson Individuals, Park Plaza, Park Inn by Radisson, Country Inn & Suites by Radisson und prizeotel, die unter der Dachmarke Radisson Hotels zusammengefasst sind. Das internationale Prämienprogramm Radisson Rewards bietet Vorteile für Gäste, Tagungsplaner, Reisebüros und Geschäftspartner. Radisson Meetings bietet maßgeschneiderte Lösungen für jede Veranstaltung einschließlich hybrider Angebote. Alle Veranstaltungen von Radisson Meetings sind CO₂-neutral.

Weitere Informationen auf radissonhotels.com oder auf
[LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [YouTube](#)

