



Richtlinien für die Daten- berichterstattung





Richtlinien für die Datenmeldung

Die Richtlinien für die Datenberichterstattung von STR wurden zum Zweck der Abstimmung mit der 11. überarbeiteten Ausgabe des Uniform System of Accounts for the Lodging Industry („USALI“) ausgearbeitet.

Die Richtlinien entsprechen, soweit möglich, USALI, mit dem Sinn und Zweck, bei der Bewertung die besten Praktiken anzuwenden und Einheitlichkeit bei den Leistungsdaten zu gewährleisten.

In dieser aktuellen Version hat STR zusätzliche Klarheit in Bezug auf „No-show“ und Zimmer zur Halbtages- und Tagesnutzung auf den Seiten 3-5 geliefert.

Sollten Sie Fragen haben oder weitere Hilfe benötigen, kontaktieren Sie uns bitte unter support@str.com oder hotelinfo@str.com



Zimmerumsatz melden

Im Zimmerumsatz dürfen nur Einnahmen enthalten sein, die durch die Vermietung von Gästezimmern generiert wurden.

Getränke- und Speisenerlöse sowie andere Umsätze, einschließlich der Nicht-Logisanteile von Pauschalangeboten, müssen vom Zimmerumsatz ausgenommen werden, der STR übermittelt wird. Rabatte, Rückerstattungen, Zuschüsse, zu viel berechnete Beträge und Steuern müssen von dem an STR übermittelten Zimmerumsatz abgezogen werden. Die Elemente des Zimmerumsatzes, die bei der Berichterstattung an STR berücksichtigt bzw. nicht berücksichtigt werden dürfen, sind nachstehend im Detail aufgeführt.

STR berichtet über Getränke- und Speisenerlöse (F&B-Erlöse) sowie sonstige Umsätze von Hotels im STR Segmentierungsprogramm (siehe „Segmentierungsprogramm – Definitionen“).



Zu berücksichtigen:

„No-shows“

Erlöse von Individualzimmern oder Gruppen-Gästen, die Zimmerbuchungen mit garantierter Zahlung vorgenommen haben, aber entweder nicht rechtzeitig storniert haben oder am Anreisetag nicht erschienen sind. No-Show-Zimmer werden nicht als verkaufte Zimmer berichtet.

Beachten Sie, dass die Ausführung der GNS-Richtlinie (Guaranteed No Show) nach eigenem Ermessen erfolgen kann und auf Goodwill oder Gästetreue basiert. Die Durchsetzung der GNS-Richtlinie ist im Allgemeinen auf die eingeschränkte Fähigkeit des Hotels/der Anlage zurückzuführen, das garantierte Zimmer in einem nicht vorhandenen „Buchungsfenster“ weiterzuverkaufen.

Zur Klarstellung: Umsätze aus Gruppenausfällen (Stornierungen) und Individualzimmerstornierungen, die nach dem Stichtag/Bußtermin und vor der Anreise generiert werden, sind bei den Reduzierungs- und Stornogebühren innerhalb Sonstige Einnahmen festzuhalten (Plan 4) und nicht unter Zimmerumsatz oder Sonstiger Zimmerumsatz.

Zuschläge und Servicegebühren (Hotel handelt als Auftraggeber)

Hier enthalten sind in der Regel sämtliche obligatorische, übliche, nicht diskretionäre sowie sonstige Gebühren, die einem Kundenkonto automatisch belastet werden, abhängig von der in Anspruch genommenen Leistung oder der Verwendung einer Einrichtung, über die der Gast keinen Ermessensspielraum bzw. keine Verweigerungsmöglichkeit („Opt-out“ – üblich im Nahen Osten und im asiatisch-pazifischen Raum) hat. 1 Diese Gebühren beinhalten normalerweise eine obligatorische Servicegebühr oder eine Reinigungsgebühr für das Gästezimmer. Gebühren sind obligatorisch und müssen nicht an Dritte (z. B. Mitarbeiter oder Regierungsbehörden) weitergeleitet werden. 2 Aus Gründen der Konsistenz von Berichterstattung und Benchmarking sollte der gesamte Servicegebührenbetrag in der jeweiligen Währung in dem an STR gemeldeten Zimmerumsatz enthalten sein.

Erlöse aus Halbtages- und Tagesnutzung

*siehe Seite 4 und 5 für Anleitungen zum Verfahren und der Zuteilung

Haustier- oder Raucherzimmer

Angeboten als ein anderer „Zimmertyp“ (z. B. als Zimmer mit Meerblick/Aussicht, Suite, Zimmer auf oberen Etagen, Zimmer auf Concierge-Etage).

Beachten Sie, dass Gebühren in Verbindung mit Haustieren oder Rauchern, die als Geldbuße, für die Reinigung oder für entstandene Schäden erhoben werden, als Sonstige Einnahmen zu verbuchen sind (Plan 4). Siehe Erlöszahlen „Nicht zu berücksichtigen“ – Haustier- oder Rauchergebühren.

Gebühren für verfrühte oder späte Abreise

Gebühren für Zustellbett-/Kinderbettmiete

1 Siehe Einheitliche Systemkonten für die Beherbergungsindustrie; Seite 12.

2 Siehe Einheitliches Kontensystem für die Beherbergungsindustrie; S. 351-352.



Nicht zu berücksichtigen:

Resortgebühren

Diese sind nicht Teil des Bedienungszuschlags beim Zimmerumsatz. Sie sind bei der Berichterstattung an STR nicht in die Zahlen von Zimmerumsatz/Sonstiger Zimmerumsatz einzubeziehen. Resortgebühren sind bei Sonstige Einnahmen (Plan 4) zu erfassen.

Provisionen und Gebühren – Gruppen

Sollte ein Vertragspartner/eine Vertragspartnerin aufgrund seiner/ihrer Vereinbarung mit dem Hotel eine direkte Ermäßigung bzw. Provision erhalten (d. h. die Analyse zur Ermittlung, ob die Berichterstattung brutto oder netto erfolgen soll, deutet auf eine Netto-Berichterstattung), muss das Hotel die Ermäßigung bzw. Provision als Kontra-Ertrag (also als Ertragsminderung) verbuchen. Vgl. Brutto versus Netto, USALI Teil V, Seite 340.

Sollte das Hotel (der Schuldner) eine Zahlung an fremde Dritte leisten müssen (d. h. die Analyse, ob die Berichterstattung brutto oder netto erfolgen soll, deutet auf eine Brutto-Berichterstattung), muss das Hotel die Zahlung als Provisionen und Gebühren – Gruppen verbuchen. Vgl. Brutto versus Netto, USALI Teil V, Seite 340.

Produkt- oder servicebezogene Rückerstattungen

Rückerstattungen aufgrund von Produkt- oder Serviceproblemen gelten als Zimmerumsatz.

Gruppenausfälle (Stornierungen) und Individualzimmerstornierungen

Gebühren, welche bei Stornierungen erhoben werden (i. d. R. Anzahlungen für Konferenzen, Tagungen, Gruppen, Blockreservierungen etc.), dürfen nicht im Zimmerumsatz erfasst werden, der an STR vermittelt wird.

Zur Klarstellung: Umsätze aus Gruppenausfällen (Stornierungen) und Individualzimmerstornierungen, die nach dem Stichtag generiert werden, sind bei den Reduzierungs- und Stornogebühren innerhalb Sonstige Einnahmen festzuhalten (Plan 4) und nicht unter Zimmerumsatz oder Sonstiger Zimmerumsatz.

Lebensmittel- und Getränkegebühren und Nebengebühren

Enthalten in Pauschalangeboten oder in All-Inclusive-Hotels (z. B. Parkplatz, Transport, Internet oder Golf/Wellness).

Haustier- oder Raucherzimmergebühren,

die als Strafgeld, für die Reinigung oder für entstandene Schäden erhoben werden, sind als Sonstige Einnahmen zu verbuchen (Plan 4).

Zuschläge, Servicegebühren, Zuwendungen (Hotel handelt als Agent).

Gebühren, die als Strafgeld, für die Reinigung oder für entstandene Schäden erhoben werden, sind als Sonstige Einnahmen zu verbuchen (Plan 4).

Zuwendungen

Eine Zuwendung ist in der Regel ein Ermessensbetrag, der einem Konto hinzugefügt oder vom Kunden direkt bei einem Mitarbeiter hinterlassen wird. Zuwendungen werden in der Regel vom Arbeitnehmer zum Zeitpunkt der Transaktion bei Bargeld einbehalten oder vom Arbeitgeber als Treuhänder für die Arbeitnehmer bei belasteten Zuwendungen ausgezahlt. Eine Zuwendung wird nicht als Einkommen für das Hotel eingestuft. Es wird als Einkommen direkt in den Händen des Arbeitnehmers behandelt.

Steuern und staatlich vorgeschriebene Zuschläge



Zusätzliche Anmerkungen zur Aufteilung von Zimmerumsatz/Berichterstattung

In Bezug auf das Einbeziehen oder Ausschließen von Servicegebühren bei der Meldung von Zimmern/sonstigen Umsätzen:

Wenn als **Auftraggeber** gehandelt wird, ist der gesamte Betrag der Servicegebühren nur dann in den Umsatz einzubeziehen, wenn Folgendes zutrifft:

1) Die Gebühren sind obligatorisch, üblich, nicht diskretionär und werden automatisch einem Kundenkonto hinzugefügt. Der Kunde hat kein Ermessen oder die Möglichkeit, sich davon zu befreien.

2) Das Hotel ist in der Lage, die Gebühren für seinen eigenen Vorteil zu erheben Eigennutzen (d. h., es ist nicht erforderlich, die eingekommenen Gebühren an Dritte weiterzugeben).

Wenn als Agent gehandelt wird, werden Servicegebühren von den Zimmern/sonstigen Umsätzen ausgeschlossen.

Wenn Sie Fragen zu diesem Thema haben, senden Sie uns bitte eine E-Mail an hotelinfo@str.com (außerhalb Nordamerikas) oder support@str.com (Nordamerika).

Wholesale, eChannel, Online-Reisebüros (OTAs) und/oder Internettarife:

Bei Wholesale und Pay-when-booked-Internettarifen ist der Netto-Zimmerumsatz (nicht brutto) an STR zu übermitteln.

Bei Pay-later-Internettarifen ist – ähnlich wie bei traditionellen Reisebüros – der Brutto-Zimmerumsatz (nicht netto) an STR zu übermitteln. Provisionen auf diese Bruttoerträge werden als Ausgabe in der Abteilung Zimmer erfasst.

Pauschalpreise

Bei Pauschalpreisen darf nur der Zimmerumsatzanteil an STR übermittelt werden. Um den Zimmerumsatzanteil einer Pauschale zu ermitteln, wird empfohlen, den üblichen Marktpreis (FMV – Fair Market Value) für die einzelnen Pauschalkomponenten zu ermitteln. Anschließend wird der prozentuelle Anteil des Zimmerumsatzes gestützt auf den üblichen Marktpreis auf den Pauschalpreis angerechnet, um den Zimmerumsatz festzulegen, der an STR zu übermitteln ist.

Einlösungen und Prämien bei Treueprogrammen (Loyalty Programs)

Der konservative Durchschnitt aktueller Preise für ähnliche Unterkunftstypen im Hotel bzw. die Standardrate der Marke/Kette.

Zwei bewährte Optionen für die Erfassung der Einlösung von Treueprogrammen sind:

1) Erfassung der Einlösung/Prämie nur im Gesamtumsatz am Monatsende (z. B. Gesamtumsatz Januar).

2) Bei der Übermittlung von Wochen- und Tagesumsätzen aus der Einlösung von Programmen ist Vorsicht geboten. Der Umsatz sollte nicht an einem einzelnen Tag der Woche erfasst werden, sondern auf alle Tage der Woche verteilt/zugeordnet werden (d. h. Tag 1–7).

Beispiel:

Ein Wellness-Pauschalpaket umfasst eine Übernachtung, vier Mahlzeiten und die Verwendung des hauseigenen Wellnessbereichs zu einem Pauschalpreis von 240 USD, exklusive Steuern, Trinkgeld oder Bedienungszuschlag. Obwohl sich der übliche Marktpreis für ein solches Paket auf 320 USD beläuft, erscheint auf dem Kundenkonto nur der Betrag von 240 USD, zusätzlich relevanter Verkaufs-, Verbrauchs- und sonstiger Steuern, je nach Zurechenbarkeit der jeweiligen Kategorie. Das Hotel berechnet die Abteilungszuordnung des Verkaufspreises von 240 USD wie folgt:

Stellt ein Hotel einem Gast Speisen und/oder Getränke kostenlos zur Verfügung oder darf der Gast die Option des Speisenprogramms nicht ablehnen oder werden Mahlzeiten als Teil einer Franchise-Gesellschaft oder Markenstandards zu Verfügung gestellt, muss der Speise- oder Getränkeartikel als Ausgabe in der Abteilung Zimmer erfasst werden; in diesem Fall dürfen die Erlöse nicht als Ausgabe in der Abteilung Speisen und Getränke verbucht werden.

Marketingaktionen

Zimmerumsatz, der im Rahmen von Aktionen wie „**Beim Kauf von 2 Übernachtungen eine Nacht gratis**“ generiert wird, ist gleichmäßig auf die durch die Aktion generierten Übernachtungen zu verteilen.

Erlöse aus Halbtages- und Tagesnutzung

Dies sind Erlöse aus Quellen wie Zimmer für Hospitality-Bereiche, Umkleieräume, Vorstellungsgespräche, Filmauditions und Nutzung durch Großhändler (z. B. für Bekleidung, Spielzeug und andere Handelswaren). F&B-Erlöse dürfen hier nicht eingerechnet werden.

Day Use-Zimmer werden auf der Basis verkauft, dass sie nicht über Nacht genutzt werden. Es wird kein Preis berechnet, der für ein Segment gilt, in dem das Hotel Preise anbietet (z. B. Transient, Gruppe oder Vertrag). Zimmer, die in eine bestimmte Preiskategorie verkauft werden, sollten dem entsprechenden Segment zugeordnet und als verkaufte Zimmer und nicht als Day Use übermittelt werden.

Wenn Sie beispielsweise Zimmer für Airline-Crews haben, die um 7 Uhr morgens einchecken und um 17 Uhr auschecken, sollten diese im Segment Vertragszimmer und nicht im Day Use codiert werden. Wenn diese Zimmer für Crews am selben Tag nochmals verkauft werden, kann das betreffende Hotel eine Auslastung von 100 % übersteigen.

Wenn ein Gast tagsüber ein Zimmer belegt und unabhängig von der beabsichtigten Nutzung des Zimmers vor 18 Uhr auscheckt und dieser Gast einen Tarif erhält, der kein veröffentlichter oder ausgehandelter Tarif ist, sollte das Zimmer als Day Use-Zimmer erfasst werden.

Abteilung	Marktwert	Anteil	Zuweisung Pauschale
Zimmer	160 USD	50 %	120 USD
Speisen	112 USD	35 %	84 USD
Wellness	48 USD	15 %	36 USD
Gesamt	320 USD	100 %	240 USD



Verkaufte Zimmer

Nur Gästezimmer, die einen Umsatz erwirtschaften, sind STR als verkaufte Zimmer zu übermitteln. Kostenlos zur Verfügung gestellte Zimmer sind aus den Zahlen für verkaufte Zimmer auszuschließen. Die Zahlen der verkauften Zimmer, die bei der Berichterstattung an STR berücksichtigt bzw. nicht berücksichtigt werden dürfen, sind nachstehend im Detail aufgeführt.



In Zahlen für verkaufte Zimmer zu berücksichtigen:

Verkaufte Zimmer, die Umsatz generieren

Zur Halbtages- und Tagesnutzung verkaufte Zimmer

Dies sind Logiserlöse aus Quellen wie Zimmer, die für Hospitality-Bereiche, Umkleieräume, Vorstellungsgespräche, Filmauditions und durch Großhändler (z. B. für Bekleidung, Spielzeug und andere Handelswaren) benutzt werden. F&B-Erlöse dürfen hier nicht eingerechnet werden.

Day Use-Zimmer werden auf der Basis verkauft, dass sie nicht über Nacht genutzt werden. Es wird kein Preis berechnet, der für ein Segment gilt, in dem das Hotel Preise anbietet (z. B. Transient, Gruppe oder Vertrag). Zimmer, die in eine bestimmte Preiskategorie verkauft werden, sollten dem entsprechenden Segment zugeordnet und als verkaufte Zimmer und nicht als Day Use übermittelt werden.

Wenn Sie beispielsweise Zimmer für Airline-Crews haben, die um 7 Uhr morgens einchecken und um 17 Uhr auschecken, sollten diese im Segment Vertragszimmer und nicht im Day Use codiert werden. Wenn diese Zimmer für Crews am selben Tag nochmals verkauft werden, kann das betreffende Hotel eine Auslastung von 100 % übersteigen.

Wenn ein Gast tagsüber ein Zimmer belegt und unabhängig von der beabsichtigten Nutzung des Zimmers vor 18 Uhr auscheckt und dieser Gast einen Tarif erhält, der kein veröffentlichter oder ausgehandelter Tarif ist, sollte das Zimmer als Day Use-Zimmer erfasst werden.

Belegte Zimmer ohne Einnahmen in Verbindung mit einem Vertrag oder einer Verkaufsaktion

(z. B. bei zwei gebuchten Nächten, eine weitere Nacht gratis; eine Gruppe mit 50 Zimmern buchen, ein Zimmer gratis).



Nicht in Zahlen für verkaufte Zimmer zu berücksichtigen:

Kostenlos zur Verfügung gestellte Zimmer, die nicht mit einer Aktion oder einem Vertrag in Verbindung stehen.

Nicht Teil einer Verkaufsaktion oder eines Vertrags (z. B. Zimmer für Mitarbeiter, Besitzer oder Reiseveranstalter).

„No-shows“

Bei Nicht-Erscheinen (No-show) sind keine Zahlen für verkaufte Zimmer zu erfassen.

Von Besitzern belegte Zimmer

Zimmer, die von Besitzern belegt sind, sind als kostenlos zur Verfügung gestellte Zimmer zu behandeln.



Verfügbare Zimmer melden

Für jedes Hotel muss immer die gesamte Anzahl der verfügbaren Zimmer (d. h. Anzahl der Zimmer im Hotel multipliziert mit den Tagen im Berichtszeitraum) an STR übermittelt werden.

Wenn ein Zimmer vorübergehend nicht verfügbar ist, z. B. wegen Renovierung, darf die Anzahl verfügbarer Zimmer, die STR gemeldet werden, NICHT abgeändert werden. Sollte ein Zimmer endgültig aus dem Inventar genommen werden, muss die Hotelleitung STR informieren, damit die Anzahl der verfügbaren Zimmer aktualisiert werden kann.

Im Falle einer vollständigen Schließung des Hotels wegen Renovierung über die Dauer von mehr als einem Kalendermonat können ALLE Zimmer aus dem Inventar genommen werden. Bitte informieren Sie STR in diesem Fall, damit wir das Hotel in unserem System als „Wegen Renovierung geschlossen“ markieren können. Ein als „Wegen Renovierung geschlossen“ gekennzeichnetes Hotel hat einen geschlossenen Status. Dies bedeutet, dass im Renovierungszeitraum kein Inventar erhältlich ist und das Hotel dadurch keinen Einfluss auf die Leistungsdaten im Wettbewerbsumfeld oder den Branchensegmenten hat.

Ferner ist STR zu benachrichtigen, wenn Zimmer während eines längeren Zeitraums geschlossen bleiben (üblicherweise länger als sechs Monate), aufgrund von Natur- oder von Menschen verursachten Katastrophen (z. B. Orkane, Erdbeben, Brand, Ölverschmutzung etc.). Diese werden dann im System als „Langfristig geschlossene Zimmer“ markiert und die Zimmeranzahl entsprechend angepasst.

Saisonal nicht verfügbare Zimmer

Sollte der gesamte Hotelbetrieb für eine Mindestdauer von 30 aufeinanderfolgenden Tagen saisonal nachfragebedingt geschlossen bleiben, werden die Zimmer für diesen Zeitraum vom jährlichen absatzfähigen Inventar abgezogen. Das Hotel muss jedes Jahr zur gleichen Zeit saisonal nachfragebedingt geschlossen sein. STR ist darüber zu informieren, damit das Hotel im System für den betreffenden Zeitraum als „Saisonal geschlossen“ markiert werden kann.

Hotel gemischten Eigentums (d. h. Timeshare/Condo-Hotel)

Verschiedene Hotels bauen oder wandeln Zimmer in Wohneinheiten um. Diese verstehen sich als Einheiten „gemischten Eigentums“. Sie

werden beispielsweise als Timeshare, Condo-Hotels, teilweise oder als volles Eigentum genutzt. Der Betrieb dieser Einheiten gemischten Eigentums als Hotelanlagen alleine stellt keine Qualifizierung für die Berichterstattung des Logiserlöses in der Abteilung Zimmer dar. Jedes Projekt und dessen Umstände sollten einzeln betrachtet und beurteilt werden.

Der erste Schritt zur Identifizierung der Umsatzart von gemischt genutzten Hotels besteht darin festzustellen, ob die Berichterstattung brutto oder netto erfolgen sollte (siehe Teil V, USALI). Bei der Kriterienbetrachtung von brutto vs. netto sollte berücksichtigt werden, welche Partei den vorherrschenden wirtschaftlichen Verlust erleidet, wenn die Zahlung des Mieters ausfällt. Sobald die Umsatzhandhabung festgelegt wurde, gibt es drei Szenarien für den Einschluss in die Gewinn- und Verlustrechnung gemäß USALI. Im nachstehenden Szenario wird im Detail erläutert, wann und wie Daten an STR übermittelt werden müssen.

Das vorherrschende wirtschaftliche Risiko liegt beim Hotelbetrieb (Szenario 1).

Das Hotel trifft eine Vereinbarung mit dem Drittbesitzer einer Einheit, die eine Gültigkeitsdauer von mindestens einem Jahr hat, und alle Einheiten sind in dem Hotelinventar für das gesamte Jahr eingeschlossen. Entsprechend den Bedingungen dieser Vereinbarung geht das wirtschaftliche Risiko, das in Verbindung zum Betrieb der Einheiten des Drittbesitzers steht, gemäß dem Vertragsverhältnis auf das Hotel über.

Der damit verbundene Umsatz wird in der Abteilung Zimmer festgehalten, zusammen mit den Kategorien Individualzimmer, Gruppen- oder Vertragszimmer sowie Sonstige Umsätze. Im Inventar des Hotels gelten die Zimmer als verfügbare Zimmer; erlaubt der Vertrag dem Einheitsbesitzer eine begrenzte Anzahl Übernachtungen in der Einheit, bleibt diese im Inventar als „verfügbar“ bestehen und wird als kostenlos zur Verfügung gestelltes Zimmer erfasst, wenn der Besitzer die Einheit belegt.



Segmentierungs- programm- Definitionen

Logiserlös aus Individualzimmern

Beinhaltet in der Regel Einnahmen, die aus der Vermietung von Zimmern und Suiten an Einzelpersonen und Gruppen, die weniger als 10 Zimmer pro Nacht beanspruchen, generiert werden.

Ebenfalls sind Zimmer einbezogen, die an Gäste als dauerhafter Wohnsitz vermietet werden, mit oder ohne Vertrag.

Individualzimmernaufenthalte schließen in der Regel folgende Kategorien ein:

- Einzelhandel
- Rabatt
- Vereinbarungen
- Qualifiziert
- Großhandel

Logiserlös aus Gruppenaufenthalten

Beinhaltet Einnahmen, die durch die Vermietung von Zimmer- oder Suitenblöcken an eine Gruppe generiert werden.

Als Gruppe gilt in der Regel der Verkauf von 10 oder mehr Zimmern pro Nacht auf Vertragsbasis. Der Zimmerumsatz aus Gruppenaufenthalten wird abzüglich etwaiger Rabatte für Großhändler für den Verkauf von großen Zimmerblöcken erfasst. Rabatte oder sonstige Leistungen, die einer Gruppe direkt zugutekommen, sind als Kontra-Erlöse zu erfassen.

Um effektive Verkaufs- und Marketingstrategien verfolgen zu können, wird Zimmerumsatz aus Gruppenaufenthalten in der Regel nach Marktsegmenten unterschieden.

Zu den typischen Marktsegmenten zählen:

- Unternehmen
- Verbände/Conventions
- Regierung
- Reisegruppen/Großhändler
- SMERF (Sozial, Militär, Bildung, Religion, Vereinigungen)

Logiserlös aus Vertragszimmern

Beinhaltet Umsätze, die durch ein Vertragsverhältnis mit einer anderen Einheit für eine gleichbleibende Blockanzahl an Zimmern über eine Zeitspanne von mehr als 30 Tagen generiert werden. Der Logiserlös aus Vertragszimmern wird abzüglich etwaiger Rabatte erfasst.

Beispiele sind angesiedelte Airline-Crews, fortlaufende Unternehmensschulungsprogramme und auf Bonusschemas basierende Vorteilsprogramme.



Zusätzliches Umsatzsegmentierung

Definitionen für die Berichterstattung

Getränke- und Speisenerlös (F&B-Erlös)

- Erlöse aus dem Verkauf von Speisen (einschließlich Kaffee, Milch, Tee und Erfrischungsgetränke).
- Erlöse aus dem Verkauf von Getränken (einschließlich Bier, Wein, Spirituosen und Bankettgetränke).
- Erlöse aus anderen Einnahmequellen wie die Vermietung von Konferenzräumen und audiovisueller Ausrüstung, Gedeck- und Bedienungszuschläge oder sonstige Umsätze im Speisen- und Getränkebereich (einschließlich Gebühren für Bankettservices).

Sonstige Umsätze

Beinhaltet alle anderen Einnahmen des Hotels, die oben nicht als Zimmerumsatz oder F&B-Erlös aufgeführt sind (z. B. Parkplatz, Wellness, Telekom).

Gesamterlös

Beinhaltet alle im Rahmen des Hotelbetriebs erwirtschafteten Einnahmen, die oben als Zimmerumsatz, F&B-Erlös und Sonstige Umsätze (z. B. Parkplatz, Wellness, Telekom) aufgeführt sind.

Zusätzliche Hinweise zur Datenberichterstattung

- **Teilmonatsdaten:** Monatliche Daten für neue Hotels im Unternehmensportfolio (d. h. Neubau, Neuübernahme oder Wiedereröffnung) sollten nur an STR übermittelt werden, wenn das Hotel im Eröffnungsmonat mindestens 15 Tage geöffnet war.
- **Teileröffnung eines Hotels („Soft Opening“):** Die Hotelleitung von neu erbauten Hotels sollte STR nur das verfügbare Zimmerinventar zum Zeitpunkt der Eröffnung mitteilen und die vollständige Zimmerverfügbarkeit für Übernachtungen auf Basis der aktuellen Zimmeranzahl übermitteln. Wenn nach der Eröffnung schrittweise zusätzliche Zimmer hinzukommen, sollten diese STR jeweils mit genauer Anzahl und Öffnungsdatum gemeldet werden, bis das Hotel seine volle Kapazität erreicht hat.



Kontaktieren Sie uns

Sollten Sie Fragen zu diesen Berichterstattungsrichtlinien haben, zögern Sie bitte nicht, uns zu kontaktieren:

STR (Nordamerika)

support@str.com
www.STR.com

STR Global (außerhalb Nordamerika)

hotelinfo@str.com
www.str.com

Für weitere Informationen zum Uniform System of Accounts for the Lodging Industry, 11. überarbeitete Ausgabe, besuchen Sie bitte die HFTP-Website: https://www.hftp.org/hospitality_resources/usali_guide/

Der Inhalt der Website umfasst:

- Kauf der 11. überarbeiteten USALI Ausgabe
- Ergänzende Ressourcen
- Präzisierungen und Änderungen
- Häufig gestellte Fragen - Artikel und Anleitungen
- Vorlagen