

## Das große Zittern um den Preis



Arbeiten Südtirols Hotels weiterhin rentabel oder benötigt es dazu wie bisher eine überdurchschnittliche Auslastung bei einem "sehr" guten Preis-Leistungsverhältnis?

Credit: Michaeler & Partner  
Fotograf: Michaeler & Partner

Vahrn (TP/OTS) - Die Südtiroler Hotelinfrastruktur strahlt mit seinen modernen und durchwegs renovierten Gesichtern weit vor anderen Tourismusregionen Italiens. Die großartigen Investitionen in den letzten 15 Jahren in das "Produkt", ließen die Nachfrage in den letzten Jahren konstant ansteigen und die Tourismuswirtschaft in Südtirol aufblühen.

Eine gute Auslastung im Hotelbereich hat Südtirol gekennzeichnet, doch wie schauen die Zahlen unterm Strich bei bereits leichtem Rückgang der gewohnten Nachfrage aus? Arbeiten Südtirols Hotels weiterhin rentabel oder benötigt es dazu wie bisher eine überdurchschnittliche Auslastung bei einem "sehr" guten Preis-Leistungsverhältnis?

Die Rezession ist da, Banken vergeben sehr restriktiv Kredite um die Wirtschaft wieder anzukurbeln. Die Situation ist ungewiss, die gesamte Entwicklung steht momentan in den Sternen...

Um dieser Ungewissheit entgegenzuwirken denkt der ein und andere Hotelier in solchen Zeiten an ein Entgegenkommen im Preis.

Doch gerade dies kann riskant werden, denn pro verlorenem Euro benötige man ein halbes Jahr, um diesen wieder aufzuholen. "Lieber auf drei oder fünf Prozent Belegung verzichten, als den Preis zu senken!" so sprechen internationale Stimmen aus der Hotellerie.

Wer jetzt weiter an der Kostenschraube dreht, senkt die Qualität und ist nach der Krise platt! Die Kosten jedoch zu kontrollieren und

gleichzeitig die Qualität anzuheben, was ja auch wieder Kosten produziert, ist nicht in den Griff zu bekommen, der Grat ist sehr schmal.

Gerade in Südtirol, mit einem teils strukturell niedrigen Preisniveau und einer qualitativ sehr hohen Angebotspalette (in den größten Teilen des Landes) kann sich bereits ein leichter Rückgang oder ein versäumter Anstieg des Preises in der Liquiditätsslage stark bemerkbar machen.

Preise müssen gut kalkuliert sein und dürfen die Untergrenze nicht unterschreiten, auch eine Spanne, welche einen leichten Rückgang auffängt sollte jedenfalls enthalten sein. Nicht ajournierte Preise wirken sich über die Jahre ebenfalls nachhaltig auf Betriebsergebnis aus und können zudem Einbußen für eine gesamte Region hervorrufen.

Um auch in Zeiten wie diesen eine nachhaltige Entwicklung anzustreben, empfiehlt es sich keines Falls an der Preisspirale nach unten zu drehen bzw. diese auf Vorjahr-Niveau zu belassen. Bei einer "Nichterhöhung" des Preises ergeben sich langfristig gesehen Probleme, wie versäumte Investitionen und Instandhaltungen.

Große Investitionen müssen sich nachhaltig rechnen, kurzfristiges Denken und unüberlegte Handlungen in der Preispolitik können hier zur Gefahr werden. Betriebskosten, Mitarbeiterkosten etc. steigen jährlich an und diese Aufwärtsbewegung, sowie auch die Inflation, muss in der Preiskalkulation berücksichtigt werden, ansonsten wird es passieren, dass das Preisniveau real rückläufig ist.

Die in Südtirol (in großen Teilen des Landes) angebotenen Hotelleistungen, vor allem im 3 und 4 Sterne Bereich stehen in einem "sehr" guten Verhältnis zum Preis (3/4 Pension für Euro 55+ sind im Burggrafenamt keine Seltenheit). Aufgrund der guten Auslastung der Betriebe konnten diese Mehrleistungen in den letzten Jahren immer aufgefangen werden, doch bereits ein leichter Rückgang in der Nachfrage kann das Blatt wenden und rasch zu einer verschlechterten Liquiditätsslage führen.

Auch von der Bankenseite wurden bisher die Durchschnittspreise in Businessplänen vor allem für Hotelerweiterungen weniger als Risiko gesehen, doch sollten auch diese und die Konsequenzen bei einer Nichterreicherung der Übernachtungen richtig bewertet werden. Denn dann hilft dem Betrieb nur mehr ein hoher Durchschnittspreis mit welchem

auch bei geringeren Vollbelegstagen ein kostendeckender Erlös erreicht werden kann.

Gerade jetzt muss es dem Hotelier gelingen wirtschaftlich zu arbeiten d.h. er muss lernen, auch bei geringerer Nachfrage Geld zu verdienen. Management Skills und kostenbewusstes Handeln bewähren sich nun, und lassen einen "guten" Unternehmer auch in schlechten Zeiten vorankommen.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at> .

Rückfragehinweis:

Dipl. Kfm. Klaus Dissertori  
Hotel & Tourism Consulting Michaeler & Partner  
<mailto:klaus.dissertori@michaeler-partner.com>  
Tel.: +39 0472 978 174

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0005 2009-07-13/11:39

131139 Jul 09

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20090713\\_TPT0005](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20090713_TPT0005)