

Tourismusgipfel Hohe Mut: ÖHV evaluiert Preisvergleichsportale



v.l.n.r.: Lukas Scheiber, Boris Nemsic, Petra Stolba und Sepp Schellhorn

Credit: pro.media kommunikation GmbH
Fotograf: Birgit Pichler

Utl.: ÖHV-Präsident Sepp Schellhorn präsentiert beim 4. Tourismusgipfel Hohe Mut erstmals eine umfassende Evaluierung von Preisvergleichsportalen. =

Obergurgl (TP/OTS) - Fazit: Wettbewerb nimmt ab, Kosten steigen!
Gegenrezept: Buchungen über eigene Website forcieren. Wirtschafts- und Branchengrößen u.a. ÖW-Chefin Petra Stolba und der internationale Spitzenmanager Boris Nemsic diskutieren in Obergurgl im Tiroler Ötztal neue, zukunftssträchtige Wege der Vermarktung.

Keine Branche setzt online mehr um als der Tourismus: Fast jeder dritte Deutsche hat schon online gebucht. Seit 2006 stieg der Anteil von 17 auf 29 %. Am höchsten ist der Anteil mit 42 % bei den 30- bis 39-Jährigen, in den Altersgruppen bis 29 bzw. bis 59 liegt er bei 35 % bzw. 36 %. Bei den über 60-jährigen fällt der Wert auf 11 %. "Die Altersgruppen, die in den kommenden Jahren am meisten verreisen werden, nutzen das Internet am stärksten. Umso wichtiger ist es, diese Tools optimal zu beherrschen. Die ÖHV Touristik Service GmbH legt deshalb einen Schwerpunkt auf den Online-Vertrieb", erklärt Sepp Schellhorn, Präsident der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV), bei der exklusiven Präsentation der "Evaluierung der wichtigsten Hotelpreisvergleichsportale" beim 4. Tourismusgipfel Hohe Mut.

Rechtzeitig zum Winterauftakt in Obergurgl/Hochgurgl wagen auf der Hohe Mut Alm (2.670 m) internationale Wirtschafts- und Tourismusexperten einen Blick in die Zukunft. Wie verändert sich angesichts des rasant wandelnden Kundenverhaltens der Vertrieb und Verkauf touristischer Angebote? Zum Thema "Vertrieb.Macht.Gewinn"

diskutieren im Ötztal unter der Leitung der international renommierten Journalisten und TV-Moderatorin Melinda Crane Fachleute wie Petra Stolba (GF der Österreich Werbung), Boris Nemsic (ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Telekom Austria und internationaler Spitzenmanager), Markus Kienberger (Head of Industry, GOOGLE Austria), Sepp Schellhorn (Präsident der ÖHV - Österreichische Hoteliersvereinigung), Lukas Scheiber (Erfolgshotelier "Edelweiss & Gurgl", Mitglied des Vorstandes Ötztal Tourismus), sowie Hannes Werthner (Studiendekan, Professor für e-commerce der Universität Wien, u.a. Mitinitiator von Tiscover) und Christian Laesser (Professor für Tourismus und Dienstleistungsmanagement an der Universität St. Gallen).

Internet: Vertriebskanal Nr.1

Bereits 28 % der Hotelbuchungen finden heute online statt. 2015 sollen es 48 % sein, so die Forschungsgesellschaft für Urlaub und Reisen. Denn zahlreiche Vorteile liegen für den Gast auf der Hand: Ein umfassender Überblick in Sekundenschnelle ermöglicht einen Preis- und Angebotsvergleich, der ohne Netz gar nicht vorstellbar wäre. Bezahlung und Buchung sind einfach und sicher. Hier ist das Internet konkurrenzlos - und deswegen wird es in diesem Bereich weiter zulegen. Applikationen wie mobile Anwendungen werden dazu beitragen", verweist Schellhorn auf den weiter steigenden Stellenwert von Online-Systemen im Tourismusvertrieb. Die ÖHV-Studie widerlegt auch in einem internationalen Vergleich mit ein gängiges Vorurteil: Nicht der Preis alleine ist entscheidend für Online-Buchungen: Während 45 % der Spanier den Preis als vorrangiges Kriterium für die Hotelauswahl angaben, taten dies nur 6 % der Franzosen.

Wettbewerbshemmende Konzentration

"Die Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle im Tourismus sind enorm. Agenturen, die das rascher erkannt haben als andere, haben sich ein stark wachsendes Geschäftsfeld gesichert - nicht immer zum Vorteil von Hoteliers und Gästen", so Schellhorn. Die Konzentration auf wenige Portale wirkt wettbewerbshemmend: "Die Höhe der Kommissionen könnte einem stärkeren Wettbewerb unterliegen", so Schellhorn. Die ÖHV empfiehlt, mehr Buchungen über die eigene Website zu generieren. Neue Metasuchmaschinen erleichtern das: "Hier können Hoteliers potentielle Gäste auf die eigene Website führen und sich so die Provision sparen", so Schellhorn. Mittelfristig könnte so die Marktkonzentration auf einige große Buchungsportale sinken.

Der reine Preisvergleich war gestern

Die Zukunft wird dem Gast noch mehr örtliche und zeitliche Flexibilität bringen und ihm noch mehr Mitgestaltungsmöglichkeiten bieten. www.hotelsnapper.de verhandelt etwa Hotelpreise auch für Einzelgäste. "Es werden immer wieder neue Technologien entwickelt, die der Branche noch mehr abverlangen. Umso wichtiger ist es, aktiv und auf dem Laufenden zu bleiben. Die ÖHV Touristik Service GmbH unterstützt die Hoteliers dabei", so Schellhorn. Die neue Studie vergleicht die 15 wichtigsten Hotelpreisvergleichsportale und führt zahlreiche Aspekte auf einen Blick vor Augen: Von den verwendeten Technologien über die Arbeitsweise bis hin zu mobilen Anwendungen und einer Analyse des Recherche- und Buchungsverhaltens sowie die unterschiedlichen Funktionen von Preisvergleichsportalen, Metasuchmaschinen, Travel Search Engines und Buchungsplattformen. Praxistipps helfen, sie optimal zu nutzen. Hoteliers erfahren, wie sie ihre Betriebe auf den Plattformen integrieren können und was dazu notwendig ist.

Technische innovative Formen der Kooperation

Ebenfalls aufgezeigt wird die Möglichkeit, verschiedene Serviceleistungen auf der eigenen Website zu integrieren. Dies kann etwa in Form von Widgets, kleinen Programmen, die in Webseiten eingebunden werden, geschehen. Um das Vertrauen der Gäste zu steigern, gibt es die Möglichkeit, Bewertungswidgets einzubauen. Bekannt sind hier vor allem Holidaycheck, Qype oder auch TripAdvisor. Damit veröffentlichen Hoteliers Gästemeinungen auf der eigenen Seite. Der Hotelier dokumentiert damit einen offenen Umgang mit dem Thema Hotelbewertungen, schafft Vertrauen in die eigene Dienstleistung und steigert so die Zahl der Online-Reservierungen. Die Seite www.Travel-IQ.com bietet Hotels die Möglichkeit, als Service für den Gast eine Flugverbindungssuche auf der Website zu integrieren. Der Vorteil: Jeder Zweite, der mehr Informationen auf einer Seite bekommt, fasst schneller Vertrauen.

Schellhorn: Direktbuchungen forcieren!

Verbesserungsbedarf ortet Schellhorn bei der Buchbarkeit: "Der Kostendruck nimmt zu. Umso wichtiger ist für die Branche, mögliche Buchungen zu realisieren und das ohne unnötige Kosten. Hier dürfen wir nichts verschenken." Unbedingt zu empfehlen ist die Nutzung von Plattformen wie www.first-austrian-hotels.com, die den Traffic auf

der eigenen Website steigern, ohne die Kosten zu erhöhen: "Das ist natürlich der Optimalfall", so Schellhorn. Denn je höher der Anteil der Buchungen über die eigene Website, umso geringer fallen die Kosten für Kommissionen aus. Notwendig ist dazu lediglich eine Web Booking Engine wie die von der ÖHV empfohlene von Bookassist: Diese wird voll und ganz in die Hotel-Website integriert, bietet schnelle und unkomplizierte Buchungen bei tageweise unterschiedlicher Preisfestsetzung und Schnittstellen zu Front Office Software und Channel Management Systemen, wodurch Verfügbarkeiten und Preise automatisiert eingespielt werden. Ergänzend dazu ermöglichen moderne Channel Management Systeme, die verfügbaren Zimmer und Preise gleichzeitig für mehrere Online-Buchungsplattformen zu aktualisieren, was den Zeitaufwand minimiert. Die ÖHV empfiehlt dafür Rate Tiger von eRevMax.

Die neue Evaluierung ab sofort per e-mail oder im ÖHV-Shop erhältlich

Informationen zur Web Booking Engine von Bookassist, zu Rate Tiger und die "Evaluierung der wichtigsten Hotelpreisvergleichsportale - Welchen Nutzen hat der Hotelier?" erhalten Sie per E-Mail an info@oehv.at, die Studie kann auch im ÖHV-Shop unter www.oehv.at/shop bestellt werden. Der Preis für ÖHV-Mitglieder beträgt 45 Euro, für Nichtmitglieder 65 Euro (jeweils exkl. USt).

Weitere Pressemeldungen und Infos finden Sie unter <http://www.oehv.at>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, unter <http://www.tourismuspresse.at>, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at> ab ca. 13.00 Uhr.

Rückfragehinweis:

ÖHV Touristik Service GmbH
Piaristengasse 16/7
A-1080 Wien

Kontakt:

Thomas Reisen Zahn
Geschäftsführer
Tel.: +43 (0)1 533 09 52
Fax: +43 (0)1 405 25 84
info@oehv.at
<http://www.oehv.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5473/aom>

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

TPT0004 2010-11-19/12:00

191200 Nov 10

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20101119_TPT0004