

ÖHV-Check: Prüfen, was hinter hohen Preisen steckt!

Utl.: Online-Buchungen im Vergleich: =

Wien (TP/OTS) - Das optimale Preis-Leistungsverhältnis bei Reise- und Buchungsplattformen zu finden, ist schwierig. Die ÖHV hat die 16 wichtigsten unter die Lupe genommen.

"Seit der letzten ÖHV-Webmarketingstudie haben viele Reise- und Buchungsplattformen ihre Performance gesteigert. Aber Hoteliers müssen sich nach wie vor in Acht nehmen: Die Höhe der Kommission ist kein Indikator für die Dienstleistungsqualität", verweist Thomas Reisenbahn, Geschäftsführer der ÖHV Touristik Service GmbH auf das Dickicht im Angebots-Dschungel: So verzichtet eine Plattform auf Kommissionen für Business-Gäste, eine zweite veröffentlicht gar keine Preisangaben, eine dritte verpflichtet Hoteliers zur Teilnahme an Promotions für die Plattform - bei voller Kostenübernahme durch das Hotel. Transparenz sieht anders aus. Der aktuelle Plattform-Check der ÖHV bietet Orientierung: Der umfassende Vergleich zeigt Fallen ebenso auf wie Vorteile, die die besten Plattformen bieten.

Zwtl.: Hotellerie muss Überblick bewahren, KMU besonders gefordert

Die optimale Web-Präsenz und eine vorteilhafte Kostenstruktur sind notwendiger denn je, als sich Buchungen zunehmend in den Online-Bereich verlagern. Laut Tourismus-Marktforscher PhoCus Wright soll mit Jahresende jede 3. Buchung weltweit online erfolgen. In Österreich liegt der Anteil laut ÖHV-Umfrage schon bei 27 %. Online-Buchungen nehmen doppelt so schnell zu wie analoge, noch heuer soll das Online-Volumen auf 313 Mrd. Dollar steigen. Für KMU ist die Web-Präsenz besonders wichtig, muss sich der potentielle Gast doch oft erst ein Bild von dem Hotel machen, in dem er seinen wertvollen Urlaub verbringen will.

Zwtl.: Durchdachte Nutzung aller Vertriebskanäle

Zu Ertragsoptimierung und Auslastungssteigerung ist der Verkauf über alle verfügbaren Verkaufskanäle notwendig. Eine gut programmierte Website mit Online-Verkauf und unverbindlicher Anfragemöglichkeit ist als günstigster Verkaufskanal ein Muss, Web Booking Engines brauchen Schnittstellenfreundlichkeit zu

Front-Office- und Channel-Management-Systemen bzw. Reisestornoversicherungen. Plattformen sollen durchdacht eingesetzt werden, um den "Billboard-Effekt" zu nutzen: Schon alleine die Präsenz auf Plattformen erhöht die Zimmerreservierungen - auch über andere Kanäle - signifikant, außerdem können gezielt neue Segmente und Märkte angesprochen werden. "Doch die zunehmende Marktkonzentration hat einige Big Player wie booking.com, hrs.de und expedia.com hervorgebracht, die die Konditionen diktieren - mit hohen Kosten und auf den eigenen Vorteil abgestimmten AGBs. Es ist also Vorsicht geboten", so Reisen Zahn.

Zwtl.: Überblick bewahren mit neuer ÖHV-Webmarketingstudie

Die neue Hotel-Webmarketingstudie der ÖHV durchleuchtet eine umfassende Auswahl an Kriterien für jede Plattform, von Marketing- und Präsentationsmöglichkeiten über Reichweiten bis hin zu Zielgruppen. Speziell im Fokus: AGBs, Möglichkeiten zur Überprüfung der Ratenparität, Stornobedingungen, Social Media, Last Room Availability, Beschwerdemanagement, Suchmaschinenmarketing sowie Preis- und Revenue Management. Die Hotel-Webmarketingstudie ist unter www.oehv.at/shop, per E-Mail an service@oehv.at oder telefonisch unter +43 (0)1 533 09 52 erhältlich.

Kosten: 85,- Euro bzw. für ÖHV-Mitglieder 65,- Euro, jeweils exkl. USt.

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

Rückfragehinweis:

Thomas Reisen Zahn
Geschäftsführer
Tel.: +43 (0)1 533 09 52
Fax: +43 (0)1 533 70 71
presse@oehv.at
<http://www.oehv.at>

ÖSTERREICHISCHE HOTELIERVEREINIGUNG

Hofburg

A-1010 Wien

Tel.: +43 (0)1 533 09 52-11

Fax: +43 (0)1 533 70 71

office@oehv.at

<http://www.oehv.at>

<http://www.facebook.com/Hoteliervereinigung>

ÖHV-Hotels online: <http://www.first-austrian-hotels.com>

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

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

TPT0005 2012-07-06/11:24

061124 Jul 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120706_TPT0005