

Hotelvertriebsmonitor 2013 zeigt Trendumkehr:

Utl.: Gäste buchen wieder mehr online & direkt =

Wien (TP/OTS) - Eine aktuelle Analyse des Online-Vertriebs der heimischen Hotellerie zeigt ganz klar auf, wohin die Reise geht: Die Gäste buchen am liebsten online direkt beim Hotel. Brief und Fax sind fast Geschichte. Für Online-Plattformen werden zu hohe Kommissionen und zu wenig Vertrauen in den Datenschutz zum Problem.

Der Anteil der direkten Onlinebuchungen in der österreichischen Hotellerie ist von 50 % auf 60 % gestiegen: "Das ist mehr als ein Trend, das ist eine deutliche Verbesserung der Vertriebsstruktur. Unser Engagement trägt Früchte", freut sich Thomas Reisen Zahn, Generalsekretär der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV), bei der Präsentation des Hotelvertriebsmonitors 2013. Gemeinsam mit ncm - net communication management und Kohl & Partner wurde in einer repräsentativen Befragung der österreichischen Hotellerie erhoben, wie Gäste Buchungen anbahnen und abwickeln. Der Hotelvertriebsmonitor 2013 verzeichnet einen Rückgang der Buchungen via Plattformen, Tourismusorganisationen und Social Media. In Summe liegen diese indirekten Online-Buchungen bei 21 % nach 25,5 % im Vorjahr.

Zwtl.: Gäste wollen Leistung für Geld und meiden Risiko

"Große Onlineplattformen haben sich, in Verkennung ihrer Marktposition, zu viel herausgenommen. Angesichts des belasteten Klimas ist es für sie derzeit sicher schwierig, Hoteliers zu einer Vertragsunterzeichnung zu überreden", erklärt Reisen Zahn. Auch Gäste erkennen, dass sie bei jeder Buchung über eine Plattform 12 % der Hotelkosten - die durchschnittliche Kommissionshöhe - in den Sand setzen. Beim Hotel direkt bekommen sie darum ein tolles Upgrade. Der nächste Tiefschlag ist der aktuelle Skandal um die gestohlenen Kreditkartendaten einer internationalen Buchungsplattform: Das Vertrauen in die Multis ist noch weiter gesunken: Bieten sie zu wenig Schutz gegen Hacker, während die riesigen Datenmengen sie geradezu anlocken? Mit der Direktbuchung beim Hotelier vermeiden die Gäste dieses unnötige Risiko.

Zwtl.: Steigendes Interesse am Online-Vertrieb

Den Boom bei den direkten Online-Buchungen führt Reizenszahn auf Kostendruck und eine Know-how-Offensive in den Betriebe zurück: "Immer mehr Hoteliers und Mitarbeiter nehmen an Schulungen und Lehrgängen zu dem Thema teil. Sie wollen das volle Potential aus dem Onlinevertrieb abrufen", so Reizenszahn. Beim nächsten Online-Lehrgang von 13. bis 16. Mai in Wien zur Vertriebs- und Suchmaschinenoptimierung gibt es noch einige wenige freie Plätze. Nähere Informationen finden Interessierte unter www.oehv.at.

Zwtl.: Das Ziel: der optimale Vertriebsmix

"Die Hoteliers wissen, wohin die Reise geht und gehen diese Reise in die Vertriebszukunft mit vollem Elan an", bestätigt Michael Mrazek, ncm - net communication management. "Die besten Betriebe sind technisch gut aufgestellt und gut positioniert: Ihre Gäste finden sie, surfen sie direkt an und sollen dort auch direkt buchen können. Dahinter steckt viel Arbeit", zollt Mrazek den Erfolgen der Hoteliers Respekt, die die Trendumkehr geschafft haben. Viele von ihnen hat er begleitet, auch im Rahmen der ÖHV-Seminaren. In vielen Betrieben ortet der Branchenexperte im Online-Vertrieb aber noch Potential: "Teilweise gibt es noch viel Aufholbedarf."

Zwtl.: Montag- und Dienstagabende: Prime time im Hotelvertrieb

Eine genaue Analyse der Umfrage-Ergebnisse erlaubt klare Schlüsse für den Vertrieb in der betrieblichen Praxis. So erreichen im Tagesverlauf die meisten Buchungsanfragen die Hoteliers zwischen 18 und 23 Uhr - und zwar immerhin 38 %. Im Wochenverlauf liegt der Montag mit einem Anteil von 27 % gefolgt vom Dienstag mit 18 % ganz vorne. Damit könnten die Hoteliers an diesen beiden Tagen (interessanterweise die direkt nach dem Wochenende) fast die Hälfte ihrer Anfragen verzeichnen, und zwar den Großteil in den Abendstunden: "Daher sollten an diesen zwei Abenden - je nach Aufwand - vielleicht mehr Mitarbeiter im Vertrieb eingesetzt werden, in jedem Fall aber die besten", legt Mag. Erich Liegl, Bereichsleiter Eigentümergeführte Hotellerie & Gastronomie bei Kohl & Partner, den Hoteliers ans Herz.

Zwtl.: Seltenheitswert: Buchung via Brief und Fax

Stark rückläufig ist der Offline-Vertrieb: Mit einem Rückgang von 24,5 % auf 18,2 % wurde hier der stärkste Rückgang verzeichnet. Telefonische Buchungen und Walk-ins haben leicht abgenommen, Briefe

und Faxe gehören überhaupt fast der Vergangenheit an: ihr Anteil ist von 6,1 % auf 2 % gesunken.

Zwtl.: Hoteliers würden für österreichische Lösung zahlen

Greifbar ist die Unzufriedenheit der Branche mit dem Online-Vertrieb in Landestourismusorganisationen und Destinationen: "Angesichts einer durchschnittlichen Kommission von 12 % ist das verständlich. Denn die Vertriebspartner handeln natürlich im eigenen Interesse. Die Anliegen der Kunden - der Hoteliers - stehen nicht genug im Vordergrund", so Reiszahn. Eindeutig ist der Wunsch der Befragten nach Alternativen im Vertrieb: "Die fordern 71 %. Die Größenordnung spricht Bände", erklärt Reiszahn. Wird im Auftrag des Tourismusministers eine neue Option entwickelt, können sich die Hoteliers pro Jahr 700 Euro Fixkosten vorstellen. Für 69 % der Befragten sind Provision von mehr als 6 % denkbar, 22 % würden sogar mehr als 11 % akzeptieren.

Zwtl.: Fünf Optionen - von Stillstand bis zu internationalem Standard

Zu den für die Hoteliers nachteiligen AGBs und den hohen Kosten kommen, wie Univ.-Prof. DI Dr. Hannes Werthner bei der Präsentation der Handlungsoptionen für den Online-Hotelvertrieb betonte, Schwächen im Post-Sale: Während Hoteliers alles daran setzen, Gäste zu Stammgästen zu machen, spielt das für Vertriebspartner eine geringe Rolle: "Da werden Chancen liegen gelassen", bestätigt Liegl. Hohe Erwartungen setzt die Branche daher in die von Tourismusminister Mitterlehner eingesetzte Expertengruppe. Die fünf ausgearbeiteten Optionen reichen von der Beibehaltung des Status quo bis hin zu einem attraktiven Vertriebsmodell, das international Furore macht und das beste Preis-Leistungsverhältnis bietet. "Wir brauchen ein flexibles Modell, das sich weiterentwickeln lässt", verweist der Spezialist für Online-Lösungen in der Hotellerie auf die hohe Dynamik im IT-Bereich: "Da bleibt kein Stein auf dem anderen. Was heute up to date ist, kann morgen schon von gestern sein. Die Lösung für Österreichs Tourismus muss mitwachsen. Die Anforderungen der Gäste wachsen mit den technischen Möglichkeiten."

Zwtl.: Viel Erfahrung bei Innovation

Seit zwanzig Jahren ist die ÖHV der kompetente Partner der Hotellerie für Weiterbildung. Neben Praktikerseminaren bietet die ÖHV mit der Lehrlings-, der Abteilungsleiter- und der

Unternehmer-Akademie den entscheidenden Wissensvorsprung durch
aktuelle Themen und Praxiswissen für alle Bereiche und auf allen
Ebenen.

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

~

Rückfragehinweis:

Thomas Reisenzahn

ÖHV-Generalsekretär

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

Fax: +43 (0)1 533 70 71

presse@oehv.at

<http://www.oehv.at>

~

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

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

TPT0003 2013-04-29/10:49

291049 Apr 13

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20130429_TPT0003