

## Österreichs Top-Hotellerie ordnet Markt neu

Wien (TP/OTS) - In Österreichs Hotellerie bleibt kein Stein auf dem anderen: Die junge Management-Generation mischt mit einer ganz neuen Angebotsqualität im Top-Segment und innovativem Online-Vertrieb den Markt auf. Top-Performer setzen sich mittels dynamischem Pricing von der Konkurrenz ab.

Ausgehend vom Top-Segment ordnet die österreichische Hotellerie das Preisgefüge neu. "Es tut sich derzeit so viel auf dem Markt: Mit der stark gestiegenen Angebotsqualität sind ganz neue Referenzpreise entstanden. Aufstrebende Manager setzen da sehr bewusst neue Maßstäbe - mit Erfolg, da kann man nur gratulieren", verweist Brigitta Brunner auf das neue Selbstbewusstsein in Österreichs Qualitätshotellerie. Brunner leitet die Weiterbildung der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) und berichtet über die "stark steigende Nachfrage nach allem, was mit Online-Vertrieb zu tun hat. Bei Revenue Management kann man schon fast von einem Hype sprechen."

Zwtl.: Reorganisation im laufenden Betrieb

Der einfache Grund dafür ist der Erfolg: Die Zeiten, als sich Hoteliers am Preis des Nachbarn oder überblicksmäßig auf Onlineplattformen orientierten, "sind zum Glück vorbei. Wer das noch so macht, lässt viel Geld liegen. Und das kann sich ja keiner mehr leisten", betont Brunner. Deshalb hat sie den ÖHV-Lehrgang für Online Marketing und Social Media auf ganz neue Beine gestellt - im laufenden Betrieb, trotz ungebrochenen Erfolges: "Da sind wir wie die Top-Hotels: immer einen Schritt schneller als die Konkurrenz. Gut bewährtes bleibt, neues wird hinzugefügt"

Zwtl.: Innovative Manager bringen internationale Standards

Der neu konzipierte Lehrgang "Online Marketing und Revenue Management" fokussiert auf internationale Pricing-Standards: "Da treffen innovative Manager auf moderne Technologien und ein zeitgemäßes Verständnis des Marktes", so Brunner. Unterrichtet wird nur von Top-Performern wie Bianca Spalteholz, die renommierteste Revenue Management-Expertin im deutschsprachigen Raum und Co-Autorin des Buches "Das Revenue Management Buch 3.0". Sie legt ihren Kunden langfristige Planung ans Herz: Denn wer schon jetzt die Preise für

2016 plant, und zwar Tag für Tag, hat im nächsten Jahr einen Vorteil: "Wer weiß, wann die Preise unten sind, muss später nicht schleudern." Erfolgsentscheidend sei - das weiß der Profi - die Positionierung: "Gäste wollen individuelle, authentische Angebote: Geben Sie Ihnen, was Sie wollen - dann können Sie auch mit dem Preis nach oben gehen!"

Zwtl.: Marktentwicklung: Turbo für dynamisches Pricing

Der Turbo bei der Neuordnung der Preise sind die dynamische Angebotsentwicklung in den Top-Kategorien (siehe Luxus-Boom in Wien), die Dynamik auf den Fernmärkten, technische Neuerungen bei Online-Tools und die faktische Abschaffung der Ratenparität - ein Erfolg der ÖHV: Sie hat den Prozess mit einer Beschwerde bei der Bundeswettbewerbsbehörde in Gang gesetzt. "Wer zusieht, wie die Spanne zwischen Low- und Top-Performern weiter aufgeht, findet sich unten wieder. Wir wollen, dass die ÖHV-Mitglieder ganz oben sind", erklärt Brunner.

Zwtl.: Nach oben orientiert: beim Revenue Management stimmt die Richtung

Spalteholz' Credo, wonach Nachfrage nie durch Preisreduktion, sondern immer nur durch gute Produkte erzeugt werden darf, findet ganz klar Niederschlag in ihrer Guideline: Grundlage der Preiskalkulation à la Spalteholz ist die fixe Preisuntergrenze, Best Available Rates aber werden sehr rasch an Nachfragesteigerungen adaptiert: "Die Untergrenze sichert die Kostendeckung, nach oben ist der Spielraum offen - ein Traum", erklärt Brunner. Es gibt viel zu tun: "Wer die Tools beherrscht, hebt ab - bei den Bewertungen und bei den Preisen", berichtet sie vom Feedback überzeugter Spalteholz-Kunden.

Zwtl.: Der Weg zu höherer Auslastung, besseren Preise, 1a-Bewertungen

Der neue Lehrgang ist zentraler Bestandteil der größten Qualifikationsoffensive im österreichischen Tourismus, die Brunner verantwortet. Im Fokus stehen neben mehr Auslastung und Umsatz durch Revenue Management bessere Bewertungen, Big Data, Datenschutz, Urheberrecht, Gästedaten und Kundenbindung.

Zwtl.: Frühjahrs-Lehrgang für Online Marketing & Revenue Management

Modul 1: Di., 19., bis Do., 22. Mai 2015

Modul 2: Mo., 8., bis Do., 11. Juni 2015

Zwttl.: Herbst-Lehrgang für Online Marketing & Revenue Management

Modul 1: Mo., 7., bis Do., 10. September 2015

Modul 2: Di., 22., bis Fr., 25. September 2015

Mehr Information und Anmeldung unter [www.oehv.at/lory](http://www.oehv.at/lory)

~

Rückfragehinweis:

Brigitta Brunner

Weiterbildung

Tel.: +43 (0)1 533 09 52 21

E-Mail: [brigitta.brunner@oehv.at](mailto:brigitta.brunner@oehv.at)

[www.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 2015-02-18/10:13

181013 Feb 15

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20150218\\_TPT0004](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20150218_TPT0004)