

PRESSEINFORMATION

Online-Vertrieb in der Privathotellerie

Kosten minimieren, Rentabilität steigern – Vertriebsmix und Zimmerpreis-Kalkulation sind Erfolgsfaktoren

München, (Datum). Für viele kleine und mittelständische Privathotels klingt Online-Vertrieb nach einer einfachen Methode, um mehr Umsatz zu generieren. Dabei wird oft übersehen, dass bei externen Buchungskanälen hohe Provisionen anfallen, die die Vertriebskosten in die Höhe schrauben. Zudem werden Zimmerpreise häufig falsch kalkuliert. „Entscheidend sind ein sinnvoller Vertriebsmix und richtig kalkulierte Preise“, sagt Hotelexperte Martin Gahn.

Starker Direktvertrieb statt hohe Provisionen

Externe Buchungsportale wie HRS, hotel.de oder booking.com können einen signifikanten Teil des Online-Geschäfts ausmachen. Einerseits profitieren die Hotels davon, weil sie im Netz besser auffindbar sind und die Auslastung steigt. Andererseits kommt es teuer, da die fälligen Provisionen kräftig zu Buche schlagen. „Vielen Hoteliers fehlt leider häufig der Überblick über die anfallenden Kosten und Gebühren“, betont Martin Gahn, Inhaber der Hotelberatung Top Gahn Quality Coaching. Auf externe Buchungsportale komplett verzichten zu können, bleibt unwahrscheinlich. Wer allerdings weniger davon abhängig werden will, stärkt den Eigenvertrieb.

Profil schärfen und Eigenmarketing betreiben

Informations- und Buchungswege verlagern sich zunehmend ins Internet. Bevor gebucht wird, verlaufen Recherchen zum Hotel der Wahl über mehrere unterschiedliche Kontaktpunkte online. Experten schätzen, dass heute schon bis zu 75 Prozent aller eingehenden Reservierungen eigentlich internet-basierte Buchungen sind – einschließlich derjenigen, die über Telefon und Email direkt generiert werden. Es lohnt sich deshalb, die eigene Website kritisch auf den Prüfstand zu stellen und alle Möglichkeiten zu nutzen, um sie zu optimieren. Das bedeutet, sie ansprechend und informativ zu gestalten, sie für Suchmaschinen zu optimieren und nutzerfreundliche Buchungsmöglichkeiten zu bieten.

„Gäste wollen schnell und unkompliziert mit wenigen Klicks buchen“, erklärt Gahn. Ergänzend empfiehlt er, das Profil zu schärfen und beispielsweise Social-Media-Kanäle zu nutzen und Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, damit der Gast „sein Hotel“ ohne Umwege findet.

Rentable Zimmerpreise ermitteln

Ein Fleischgericht hat meist eine geringere Gewinnspanne als ein Salat oder ein vegetarisches Gericht. Direkte Reservierungen sind rentabler als Buchungen, die über externe elektronische Kanäle vorgenommen werden. Einer Kalkulation in der Küche vergleichbar, sollten auch Zimmerpreise einer Mischkalkulation folgen. Vier Schritte, die bei der Kalkulation zu beachten sind:

- Das Gesamtbuchungsvolumen betrachten.
- Die Anteile ermitteln, die direkt oder über Mittler und Vertriebspartner generiert werden.
- Den Prozent-Anteil bei der Kalkulation der Preise im Hinblick auf die Gesamtzimmeranzahl berücksichtigen.
- Preise entsprechend anpassen.

Vorausgesetzt die Ratenstruktur ist glaubwürdig und die Ratenparität wird eingehalten, wird die Buchung so über jeden Kanal rentabel. Dennoch muss das Ziel sein, den Anteil der Reservierungen, die über kostenintensive, externe Buchungskanäle kommen, sukzessive zu verringern. Direktbücher sollten daher stärker belohnt werden, indem eingesparte Provisionen in zusätzlichen Service am Gast investiert werden - etwa in Form von Upgrades oder freiem Zugang zum WLAN. Der eigenen Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt.

(Ende)

Über Top Gahn Quality Coaching:

Top Gahn Quality Coaching , 2010 von Martin Gahn gegründet, steht für individuelle Hotelberatung auf hohem Niveau – erfahren, kompetent und praxisorientiert. Das Leistungsspektrum umfasst Qualitätschecks, Yield- und Revenue-Management, Pricing, Vertriebsberatung mit Schwerpunkt Online-Vertrieb, Training und Coaching. Zum Kundenkreis zählen insbesondere mittelständische Privathotels im Drei- bis Fünf-Sterne-Segment. Mehr unter www.topgahn.de.

Kontakt: Martin Gahn
Top Gahn Quality Coaching
T: +49 (0)89 24 20 35 75

mgahn@topgahn.de