

Pressemitteilung 07.08.2009

Hotelbranche kämpft mit der Krise

Die Zeichen mehren sich, dass der deutschen Hotelbranche schwere Zeiten ins Haus stehen. Das gerade veröffentlichte Konjunkturbarometer des Hotelverbands Deutschlands weist zum Teil dramatische Einbrüche sowohl in der Zimmerauslastung als auch in den durchschnittlichen Zimmerpreisen auf.

So ging die Auslastung im ersten Halbjahr 2009 bundesweit um 7,3 Prozent zurück. Überproportional stark vom Abschwung betroffen sind Flughafenhotels (-15,4 Prozent) und 5-Sterne-Luxushotels (-9,4 Prozent). Besonders explosiv wird die Lage dadurch, dass selbst massive Preissenkungen von bis zu 10,8 Prozent diesen Trend nicht aufhalten konnten.

Der durchschnittliche Zimmerertrag sank im Halbjahreszeitraum von 54 auf 47 Euro. Das entspricht einem Verlust von 14,5 Prozent. In einigen gesondert betrachteten Kategorien belief sich der Einbruch sogar auf bis zu 22,9 Prozent. Preisbereinigt musste die Hotellerie in Deutschland einen Umsatzrückgang von 9,4 Prozent hinnehmen.

Die Branche ist in der Krise und im Moment ist keine Erholung in Sicht. Was also tun? Einerseits wird auch hier nach dem Staat gerufen. So fordert der Hotelverband Deutschland (IHA) die sofortige Gewährung eines reduzierten Mehrwertsteuersatzes. Im Luxussegment dagegen werden ganz andere Wege beschritten. Fünf von 18 Berliner 5-Sterne-Herbergen geben freiwillig ihre Sterne zurück, um sich als weniger exklusiv zu vermarkten. Klar ist, Panik ist in dieser Situation sicher kein guter Ratgeber. Auch der Staat wird nicht alle Probleme lösen können. Viele Hotels besinnen sich auf ihre Kernkompetenz, die Nähe zum Kunden, und suchen diese nicht nur an der eigenen Rezeption, sondern vermehrt auch im Internet.

Das Internet wird als Medium immer wichtiger für die Branche und das nicht nur als Vertriebs- und Werbeplattform. Auch Bewertungsportale gewinnen mehr und mehr an Bedeutung und dadurch an Einfluss. So kommen selbst kleine Landhotels auf 30 oder mehr Bewertungen pro Jahr, Hotels in großen Städten sogar auf 200 und mehr.

Interessant ist in diesem Zusammenhang aber nicht nur die Zahl der Bewertungen, sondern vor allem auch die Zahl der Leser.

So kommen manche Beiträge auf bis zu 10.000 Leser. Die Portale wiederum unterstützen den Nutzer durch Zielgruppenfilter und sprechen zusammenfassende Empfehlungen aus.

Empfehlungen sind die neue Währung des Internets und immer mehr Hoteliers sind sich dieser aufstrebenden Macht und ihrer Folgen für ihr Unternehmen bewusst. Allein die Menge an Kundenmeinungen in verschiedensten Foren und Portalen überfordert jedoch viele. Hier kann ein professionell durchgeführtes Reputation Management Abhilfe schaffen.

Experten bündeln mithilfe spezieller Tools die Kundenmeinungen, identifizieren die wichtigsten Treffpunkte der Zielgruppe im Netz und entwerfen individuelle Handlungsempfehlungen. Dabei geht es in erster Linie darum, negative wie auch positive Kundenreaktionen nachhaltig für den eigenen Erfolg nutzbar zu machen.

Keine Frage, die Branche steht vor einer schweren Zeit. Umso wichtiger ist es, sich den Trends der Zeit zu stellen und neue Wege zu beschreiten.

Mehr Informationen unter www.reputation-control.de

Ihr Ansprechpartner Hans-Joachim Gras
New Communication GmbH & Co. KG

Telefon: 0431/90 60 7-36

Fax: 0431/90 60 7-77

E-Mail: gras@new-communication.de

New Communication GmbH & Co. KG
Werbe- und Marketingagentur

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Silvia Janzen

Jägersberg 23
24103 Kiel

Fon 0431-90 60 7-14
Fax 0431-90 60 7-73

E-Mail janzen@new-communication.de
www.new-communication.de