

31. Oktober 2013

## HOTREC legt aktualisierte Checkliste zur Stärkung des Direktvertriebs vor

**Auf Initiative des Hotelverbandes Deutschland (IHA) hat HOTREC, der europäische Dachverband der Hotels, Restaurants und Cafés, auf seiner 67. Generalversammlung vom 17. – 18. Oktober 2013 in Athen einstimmig eine aktualisierte Version seiner Checkliste zur Stärkung des Direktvertriebs (2.0) verabschiedet.**

Mittel- und langfristig ist die Stärkung des Direktvertriebs die beste und nachhaltigste Möglichkeit für die Hotellerie, sich aus der Abhängigkeit der Buchungs-, Bewertungs- und Vergleichsportale zu lösen. Voraussetzung dafür ist, dass der Gast im Internet ohne Umwege zum Hotel findet und dort schnell und unkompliziert mit wenigen Klicks eine Buchung abschließen kann. Dazu sind eine suchmaschinenoptimierte Hotelwebsite und eine für den Nutzer einfache und komfortable Buchungsmaschine notwendig. Außerdem verlangen die potentiellen Gäste auf der Website nach einzigartigem Content, exklusiven Angeboten, die man nur beim Hotel direkt finden und buchen kann, authentischen Bildern und hilfreichen Zusatzinformationen.

„Es ist von essenzieller Bedeutung für die Hotellerie, dass das von den Portalen verordnete Regime verpflichtender Paritäten, also gleiche Preise auf allen Kanälen, aufgehoben wird, nur dies eröffnet alte und neue Vertriebschancen zur Zusammenarbeit mit anderen Partnern, aber auch eine Stärkung des „Fabrikverkaufs“. Die eigene Homepage wird zum Dreh- und Angelpunkt, um den Direktvertrieb zu revitalisieren“, kommentiert Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA) und im Executive Committee von HOTREC für Distributionsthemen verantwortlich.

Die aktualisierte Checkliste bietet eine hervorragende Hilfestellung für Hoteliers in ganz Europa um den Vertrieb über eigenen (Online-) Buchungskanäle auf erfolgreiche Beine zu stellen. In den über 80 aktualisierten und auf die neusten Entwicklungen in der Online-Distribution angepassten Einzelpunkten kann jeder Hotelier für sich selbst abschätzen, in welchen Bereichen des Onlinevertriebs er bereits gut aufgestellt ist und wo es noch Optimierungspotenzial gibt.

Die Checkliste gliedert sich nach den folgenden Themenbereichen:

- Wissen und Know-how aufbauen
- Eigenes Profil herausarbeiten
- Hoteleigene Website optimieren
- Preise und Verfügbarkeiten kontrollieren
- Aufmerksamkeit und Auffindbarkeit sicherstellen
- Kundenbindung verbessern (CRM)
- Empfehlungs-Marketing stärken
- Social-Media nutzen

Eine deutsche Version der Checkliste zur Stärkung des Direktvertriebs steht Interessierten auf der IHA-Homepage unter [www.hotellerie.de](http://www.hotellerie.de) zur Verfügung. ■