

16. Juni 2014

IHA-Hotelkongress am 11./12. Juni 2014 in Braunschweig:

Kundenbindung und Direktvertrieb im Fokus der Branche

Die richtigen Strategien zur Stärkung des Direktvertriebes nach dem Aufbrechen der Meistbegünstigungsklauseln standen im Mittelpunkt des Jahreskongresses des Hotelverbandes Deutschland (IHA) am 11. und 12. Juni 2014 in Braunschweig. „Die rasant zunehmende Digitalisierung unserer Branche bringt enorme Herausforderungen, aber Chancen mit sich“, fasste der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen die Beratungen zusammen. „Wir dürfen uns von den OTAs und Marktgiganten wie Google nicht den Schneid abkaufen lassen und werden auch zukünftig einen fairen, partnerschaftlichen Umgang einfordern. Schließlich sind wir es, die das Produkt besitzen und die wirtschaftliche Verantwortung tragen, nicht die Portale oder Suchmaschinen.“ Darin waren sich die mehr als 160 führenden Hoteliers, Hoteldirektoren und Vorstände der Hotelketten einig, die sich zum Erfahrungs- und Informationsaustausch in diesem Jahr im Steigenberger Parkhotel Braunschweig versammelten.



Rosenberg, Beck, Dücker, Hucho, Luthé (v.r.n.l.)

Die wichtigsten Branchenthemen und zentralen Herausforderungen wurden am Vormittag in der internen IHA-Mitgliederversammlung beraten. Neben der Hoteldistribution standen und der zunehmenden Bedeutung der „Peer-2-Peer“ Vermarktung standen dabei insbesondere die aktuellsten Entwicklung im Kampf gegen die grassierende Bettensteuer im Mittelpunkt. „Es enttäuscht uns in diesem Zusammenhang einmal mehr, dass einige Buchungsportale durch die Art der Preisdarstellung auch noch an der kommunalen Abzocke mitverdienen wollen“, zeigt sich Fritz G. Dreesen verärgert. Als weitere wichtige Hotspots der Verbandsarbeit wurden zudem die Pauschalreiserichtlinie, Kreditkartengebühren, Qualitätsgrundsätze für den europäischen Tourismus, die neue Datenschutzgrundverordnung sowie eine Normungsinitiative zur Online-Reputation thematisiert.

Im Zentrum des „Forums der Hotellerie“ stand am Nachmittag des 12. Juni die Podiumsdiskussion „*Online-Distribution: Das Revival der Direktbuchung – Showdown oder Showtime*“. Beteiligt waren auf der Bühne mit Carmen Dücker, Stellv. Geschäftsführerin der Best Western Hotels Deutschland, und Michael Hucho, Vice-President Distribution von Accor Hospitality Germany, die Big Player der Branche, aber für das Gesamtbild ganz entscheidend auch Individualhotels mit Zeèv Rosenberg, Direktor des Boutiquehotels „i31“ in Berlin und Olaf Philip Beck, GM des „Aalernhüs hotel&spa“ in St. Peter-Ording. Trotz marken- und standortbedingter Unterschiede in den Details wurde deutlich, dass alle Hoteliers die (wieder-)gewonnenen Freiheiten im Hotelvertrieb aktiv für die Produktgestaltung nutzen wollen. Die Teilnehmer waren sich einig, dass Kundenbindung und Direktvertrieb zu Schlüsselkompetenzen im Wettbewerb würden.

Besondere Aktualität hatte das Vertriebsthema in diesem Jahr gewonnen, nachdem das Bundeskartellamt die Forderung des Buchungsportals HRS nach den immer besten Preisen, Verfügbarkeiten und Konditionen ihrer Hotelpartner über alle Online- wie Offline-Kanäle für klar wettbewerbswidrig erklärt und mit Wirkung zum 1. März 2014 verboten hatte. Der Hotelverband Deutschland (IHA) war dem Kartellverfahren Anfang 2012 offiziell beigetreten und hatte die Abstellungsverfügung gegen HRS als erhofften Befreiungsschlag außerordentlich begrüßt. „Wir sind auch außerordentlich zuversichtlich, dass das Bundeskartellamt in seinen Verfahren gegen Booking und Expedia wegen vergleichbarer Klauseln ebenfalls entschlossen vorgeht, so dass möglichst noch im Laufe des Jahres 2014 transparente und faire Spielregeln für alle Marktteilnehmer gelten“, so der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen.

Passend dazu gab es beim „Forum der Hotellerie“ drei Vorträge:

- Prof. Roland Schegg vom Institut für Tourismus der Hochschule für Wirtschaft und Tourismus Westschweiz / Wallis informierte über die neuesten OTA-Statistiken und Branchenzahlen und gab einen Ausblick auf die zukünftige Entwicklung. Sein Vortragstitel: *„Buchungsportale: Über Stärken und Schwächen dominanter Vertriebspartner.“*
- Marc O. Benkert, Geschäftsführender Gesellschafter der „Be:con GmbH“, ermunterte die Branche unter dem Titel *„Marketing: Erfolgreiche Positionierung am Wegesrand der Google-Journey“*, konstruktiv und verantwortungsvoll mit den vielfältigen Möglichkeiten umzugehen, die der Suchmaschinen-Gigant vom „Hotel Finder“ bis zu Datenbrille „Google Glass“ bietet.
- Ulrich Kastner, Geschäftsführender Gesellschafter von „myhotelshop GmbH“, appellierte in seinem Beitrag *„Metasuche: Modelle, Messbarkeit, ROI – und es hat Klick gemacht“* an die Hoteliers, in Zusammenarbeit mit Buchungsportalen, Chancen und Risiken stärker betriebswirtschaftlich abzuwägen und vor allem messbar zu machen.

Abgerundet wurde der Hotelkongress mit einem festlichen IHA-Galaabend im besonderen Ambiente der Historischen Maschinenhalle im Steigenberger Parkhotel Braunschweig. Kulinarisches Highlight war die Menükreation von Sternekoch Nico Burkhardt. Bereits am Vortag hatte zur Eröffnung des Hotelkongresses die bereits im Jahr 1880 in der Löwenstadt gegründete Kaffeemanufaktur Heimbs Türen und Tore für eine exklusive IHA-Führung geöffnet. ■

Über den Hotelverband Deutschland (IHA):

Der Hotelverband Deutschland (IHA) ist der Branchenverband der Hotellerie in Deutschland. Er zählt rund 1.400 Häuser aus allen Kategorien der Individual-, Ketten- und Kooperationshotellerie zu seinen Mitgliedern. Die IHA vertritt die Interessen der Hotellerie in Deutschland und Europa gegenüber Politik und Öffentlichkeit und bietet zahlreiche hotelleriespezifische Dienstleistungen an. Das Kürzel „IHA“ steht für die ehemalige deutsche Sektion der International Hotel Association.