

Internet verändert den Hotelvertrieb: Mit gezielten Maßnahmen zu neuen Gästeschiedten

Die Fachgruppen UBIT (Unternehmensberater, Buchhalter & Informationstechnologen) und Hotellerie der Wirtschaftskammer Tirol präsentierten eine Umfrage, die kürzlich bei den Hotel- und sonstigen Unternehmftsbetrieben in Tirol durchgeführt wurde.

„Nahezu jeder Beherbergungsbetrieb (97 Prozent) verfügt über einen eigenen Internetauftritt und immerhin 48 Prozent der Befragten verfügen über eine Echtzeit-Buchung auf der eigenen Website“, erklären Spartenobmann Harald Ultsch und UBIT-Fachgruppenobmann Christoph Holz. Zusätzlich sind fast 75 Prozent der Tiroler Beherbergungsbetriebe auf vordefinierten Websites von diversen Anbietern vertreten. „Da mittlerweile 9 von 10 Haushalten über einen Internetzugang verfügen, ist eine professionelle Präsentation eines jeden Hotels im Internet von größter Bedeutung. Über das world wide web können die Zielgruppen zu moderaten Kosten bestmöglich erreicht werden. Hier sind die Tiroler Hotel- und Gastgewerbebetriebe im Vergleich mit anderen Bundesländern oder wichtigen Urlaubsdestinationen im Ausland hervorragend aufgestellt“, ist Harald Ultsch erfreut. Allerdings muss der Firmenauftritt sowie Online-Marketing so professionell wie möglich gestaltet sein, da auch der Wettbewerb im Internet vertreten ist.

„Etwa die Hälfte der Befragten arbeitet aktiv mit Hotelbewertungsplattformen wie beispielsweise Holidaycheck oder TripAdvisor, um eine optimale Punktezahl bzw. Bewertung zu erhalten. Dies ist vor allem für Online-Bucher ein wichtiger Faktor bei der Entscheidungsfindung für oder gegen ein Hotel“, weiß Christoph Holz nur zu genau. Für Holz sollte sich jedes Hotel aktiv mit dem Thema Hotelbewertung auseinandersetzen und hier auf externe Fachleute zurück greifen. Auch im Bereich Social Media ortet er Nachholbedarf. Nur jeder Fünfte verfügt über einen eigenen Facebook Auftritt.

Erfreulich ist die Tatsache, dass die Websites relativ häufig aktualisiert werden. Vier von zehn Befragten nehmen öfter als einmal pro Monat Aktualisierungen vor, drei von zehn einmal monatlich. Nur rund ein Viertel der Befragten aktualisiert die Einträge auf der Website seltener als einmal monatlich.

Bei den Gästeanfragen antworten 98 Prozent über eine eigene E-Mail Adresse und knapp 93 Prozent haben zusätzlich ein eigenes Anfrageformular auf der Website. Der Anteil von 48 Prozent jener, die über eine Echtzeitbuchung verfügen, sollte laut Harald Ultsch gesteigert werden, „da direkte Buchungen den Vorteil haben, dass keine Provisionen für ein Buchungsportal, Agenten oder Reisebüros anfallen und der Ertrag zur Gänze beim Unternehmen bleibt.“ 76 Prozent nutzen Online-Reiseplattformen wie booking.com (29 Prozent), tiscover (20 Prozent) oder HRS (13 Prozent) und fast 90 Prozent sind bei TVB Buchungsportalen wie Feratel oder Tiscover integriert. Schon knapp 13 Prozent arbeiten mit so genannten channel management tools, um die Pflege der diversen Buchungskanäle zu erleichtern und

dadurch die jeweiligen Angebote flexibler gestalten zu können. Lediglich 7 Prozent der heimischen Stadt- und Ferientourismusanbieter beteiligen sich zudem bei Online-Auktionen wie Ebay.

Christoph Holz erklärt, dass in den Bereichen Internetauftritt, Mobile Solutions, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Dialogmarketing oder Social Media mit Hilfe professioneller Partner aus der IT-Branche große Steigerungsraten bei den Direktbuchungen möglich sind. Im Arbeitskreis eTourismus der Fachgruppe UBIT arbeitet ein Expertenpool an Lösungen für die heimischen Beherbergungsbetriebe. „Im Rahmen einer tirolweiten Roadshow - Start im April 2012 - werden den heimischen Beherbergungsbetrieben gezielte Lösungen und Expertentipps vorgestellt“, so Bernhard Rieder, Werner Geschwenter und Barbara Thaler vom Arbeitskreis eTourismus Tirol.

Rückfragen:

Wirtschaftskammer Tirol
Abteilung Öffentlichkeitsarbeit
Marco Rappold
T 05 90 90 5-1466
E marco.rappold@wktiroel.at
W wko.at/tirol

Innsbruck, 09. Dezember 2011

Wissen für die Wirtschaft.

