

Web-Buchungen nagen am Gewinn

STUTTGART. Hotelbuchungen per Internet nehmen rasant zu. Ihr Anteil an den gesamten Buchungen liegt zurzeit schon bei rund 15 Prozent. Tendenz steigend. Hoteliers sollten diese Entwicklung als Bedrohung ihrer Betriebsergebnisse sehen, meint Michael Toedt vom Beratungsunternehmen Toedt, Dr. Selk und Coll. Der Grund: die mit der Buchung verbundenen Vermittlungsprovisionen.

Besonders betroffen seien die Privathotels, die im Gegensatz zu Kettenhäusern nicht über die notwendigen Plattformen und Marketingmittel verfügten, um vertriebstechnisch gesehen günstige Buchungen zu erhalten. Ein Ausweg: die eigene Homepage in Schwung bringen. (Seite 15) *eck*

Wird das Internet zur Bedrohung?

Steigende Vermittlungsprovisionen belasten nachhaltig die Betriebsergebnisse. Besonders betroffen sind Privathoteliers



Kostenfalle: Die wachsende Zahl von Online-Buchungen ziehen enorme Provisionszahlungen nach sich

Foto: Imago

STUTTGART. Ist der steigende Anteil von Internetbuchungen zunehmend eine Gefahr für die wirtschaftliche Existenz vieler Hotels? Eine Frage, die durchaus gerechtfertigt ist, wenn man die Vertriebskosten betrachtet. Wurde das Internet noch vor wenigen Jahren als der Buchungskanal gepriesen, der quasi kostenlos die Gästebetten füllt, so hat sich das Bild mittlerweile grundlegend geändert. Vertriebskosten von teilweise bis zu 30 Prozent belasten die Betriebsergebnisse.

Schuld hieran ist der stetige Anstieg von Buchungen über elektronische Plattformen wie Expedia, HRS oder Hotel.de. Nicht zu vergessen der Anteil der GDS-Buchungen, bei denen neben den Systemgebühren in der Regel noch Reisebüroprovisionen anfallen.

Mehr Buchungen im Netz

Zwar steigt in der letzten Zeit die Auslastung der Hotelbetriebe in Deutschland wieder an und damit auch der Yield. Dies geschieht zumeist aber zu Lasten der Deckungsbeiträge. Sinkt der Zimmerpreis oder werden die Einnahmen durch höhere Provisionszahlungen geschmälert, verschlechtert sich die wirtschaftliche Situation, trotz einer höheren Auslastung. Der Yield, zusammengesetzt aus Zimmerbelegung und durchschnittlichem Zimmerpreis,

ist somit nur dann als Messinstrument wirklich sinnvoll, wenn er gewichtet wird und die Deckungsbeiträge, die Spanne zwischen Einnahmen und variablen Kosten, mit in Betracht gezogen werden. Der Nettopreis, also abzüglich der Vertriebskosten, spielt die entscheidende Rolle.

Homepage gut pflegen

Die Bedeutung der online getätigten Buchungen nimmt immer mehr zu. Im Vergleich zum Jahr 2003 (15,9 Prozent) hat sich der Anteil der elektronischen Buchungen 2007 bereits verdoppelt (32,1 %). Und die Zahl der Online-Buchungen (rund 15%) wird weiter steigen. In den USA haben sie schon 2007 einen Anteil von 51 Prozent erreicht und damit die Offline-Buchung überholt. Auffällig ist aber, dass nur 6 Prozent der Buchungen über die hotel-eigenen Webseiten erfolgen. Das ist unter Umständen auf schlechte Pflege oder zu geringe Beachtung der eigenen Homepage zurückzuführen.

Ein Grund für den steten Anstieg der Online-Buchungen ist, dass es heute nur noch wenige Haushalte ohne Internetanschluss gibt: Laut der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) verfügten im Januar 2008 allein in Deutschland 62 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jah-

ren über einen Internetzugang. Das Internet wird jedoch nicht nur als Buchungs-, sondern vielmehr noch als Informationsmedium genutzt: 80 Prozent der Interessierten begutachten ihr Reiseziel zuvor im Internet. Doch was passiert mit der Mehrheit der Hotels, Individualhotels, oft als Einzelkämpfer ganz auf sich allein gestellt? Sie besitzen nicht die notwendigen Plattformen und Marketingmittel um ver-

triebstechnisch gesehen günstige Buchungen zu erhalten. Ihr Buchungsanteil über das Internet steigt zwar auch, aber mit der Belastung von immer höheren Provisionszahlungen. Denn die eigene Hotelwebseite, in aller Regel der einzige Ort mit keinen oder nur geringen Provisionszahlungen, kann nicht mit den Portalen der großen Hotelketten konkurrieren.

► Fortsetzung auf Seite 16

Viele unserer 2 Mio. Leser gehen auch sonntags gerne auf die Piste.



Wird das Internet ...

Eine Beispielrechnung, deren Werte auf dem aktuellen Betriebsvergleich Hotellerie des DEHOGA beruhen, zeigt die Auswirkungen. Die Vertriebskosten errechnen sich aus dem jeweiligen Umsatz durch die Internetbücher und einem Provisionssatz von durchschnittlich 15 Prozent: Ein Hotel im Umsatzbereich von 1 Mio. Euro, das 2008 15 Prozent seiner Buchungen über das Internet erwirtschaftet, zahlt bis zum Ende dieses Jahres rund 14.500 Euro an Mittlergebühren (bei einer durchschnittlichen Provisionsbelastung von 15%). Geht man davon aus, dass die Preise bis 2013 um jährlich 2 Prozent steigen werden und der Anteil der Internet-Buchungen sich wie prognostiziert auf 40 Prozent erhöhen wird, liegen die Belastungen schon bei 42.500 Euro, eine Steigerung von über 290 Prozent innerhalb von fünf Jahren.

Die wirtschaftliche Situation und die wachsenden Überkapazitäten deuten nicht darauf hin, dass diese Belastungen durch höhere Preise ausreichend kompensiert werden können. Auch wurden die Sparpotenziale in

den vergangenen Jahren vielerorts ausgeschöpft. Die steigenden Abgaben und Energiekosten sowie die durch die Finanzkrise in den USA geschwächte Konjunktur tragen ihren Teil zur Situation bei. Erstellt man eine Kosten- und Ergebnisrechnung für 2008 und lässt die erwähnten Entwicklungen einfließen, so fällt das Betriebsergebnis im Jahr 2013 um mehr als 35 Prozent niedriger aus. Eine Entwicklung, der es mit allen Mitteln entgegenzuwirken gilt. Der steigende Anteil der Internetbuchungen zwingt Unternehmen, künftig noch professioneller zu arbeiten und das Internet als Chance wahrzunehmen. Dies gilt speziell für die Bereiche der Preisgestaltung und des Marketings sowie des Beschwerdemanagements. Hotels, die sich dessen nicht bewusst sind, werden die Auswirkungen bald in Form nachhaltig belasteter Betriebsergebnisse zu spüren bekommen. (Seite 10) *Michael Toedt*

Der Autor ist Gesellschafter des Beratungsunternehmens Toedt, Dr. Selk und Coll.

► www.TS-and-C.com