

Kein verlorenes Bett mehr

Bei der Online-Plattform Tagungshotels-Angebote bieten Hotels aller Sterne-Kategorien ihre freien Konferenzräumlichkeiten und Übernachtungen zu günstigen Preisen an. Oliver Stoldt, Geschäftsführer der Mice Service Group, gibt Einblick in das Geschäftsmodell.

Hotel & Touristik: Die Idee ist nicht grundsätzlich neu. Worin unterscheidet sich Tagungshotels-Angebote.com von anderen Anbietern?

Oliver Stoldt: Wir haben uns andere Anbieter angeschaut, waren von der Visibilität und der Angebotsform aber nicht überzeugt. Wir haben unsere eigene Plattform gebaut und werden die Technologie nun auch für andere Ideen nutzen. Die Pipeline ist noch voll, und wir werden die nächsten sechs Monate noch mit einigen Projekten auf den Markt kommen.

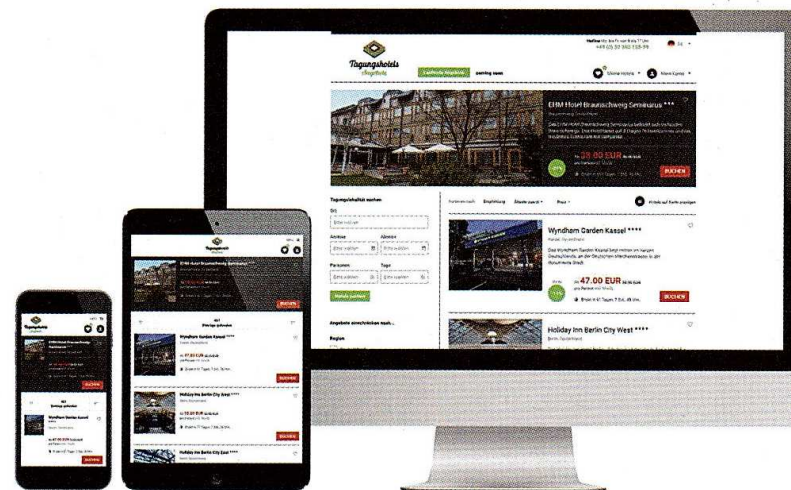
Welche Vorteile haben die Hotels, wenn sie ihr Angebot günstiger anbieten?

Die Hotels können kurzfristig stornierte Kapazitäten anbieten oder die Plattform für saison-schwache Zeiten nutzen. Jedes kalte Bett ist ein verlorenes Bett, ist verlorener Umsatz. Außerdem konsumiert der Seminargast bis zu achtmal im Hotel. Und wenn der Hotelier ein gutes Inhouse-Marketing betreibt und er einen Seminargast nochmals als Privat-

gast begrüßen kann, dann hat sich ein Angebot auf der Plattform sicherlich ausbezahlt.

Gibt es Unterschiede zwischen den DACH-Ländern, was den Tagungsmarkt betrifft bzw. was gefordert wird?

Ja, die gibt es. In Deutschland reden wir von bis zu 80 Prozent der Hotels, die an eine Hotelkette oder Marketingkooperation angeschlossen sind. Die Hoteldichte ist viel enger als in der Schweiz und in Österreich. Es wird auch durch die Central Sales Offices viel mehr zentral entschieden. In der Schweiz gibt es drei Prozent Kettenhotels, ansonsten sind es Individualhotels. Dort reden wir mit den Direktoren oder sogar Eigentümern. In Österreich das Gleiche. Die Forderungen, Wünsche und Bedürfnisse sind allerdings alle gleich, es geht um Umsatz und Logiernächte. (tosc)



www.tagungshotels-angebote.com