



Marketing in der Hotellerie

Die Zukunft der Hotellerie: Trends, Tendenzen für Tourismus & Hotelmarketing

Tourismus-Experte Dr. Klaus Ennemoser erklärt, worauf man als Hotelier in Zukunft wirklich setzen muss, um Neukundengewinnung, Pflege von Kundenbeziehungen sowie Verkauf und Vertrieb zu optimieren.

Die Erweiterung der Kommunikations- und Distributionskanäle, die fast grenzenlose Transparenz im Internet

sowie neue Trendfelder stellen die Hoteliers vor neue Herausforderungen.

Im Folgenden stellt die Ennemoser Wirtschaftsberatung 10 Trends mit Zukunft vor:

1. Gesundheit & mehr

Bis dato flossen Milliarden von Euros in die Umsetzung des Wellness-Trends. Doch die Menschen setzen sich immer bewusster mit dem Thema Gesundheit auseinander: körperliche und mentale Fitness, Medical

Wellness, Selfness, neue Symbiosen zwischen Medizin und Tourismus sind die neuen Konzepte. „Dabei differenziert sich Wellness immer mehr aus und Nischenanbieter werden Ihren Markt finden“, so Ennemoser.

2. Regionale Produkte

Zurück zum Ursprung: Das Bedürfnis der Gäste nach Natur wächst. Produkte und Lebensmittel aus regionalem, biologischem Anbau gewinnen immer mehr an Bedeutung. Seien Sie ein Lieferant von Qualität, Frische und Authentizität! „Nutzen Sie als Hotelier diesen einzigartigen USP und bieten Sie Ihren

Gästen Regionalität bei der Herkunft Ihrer Produkte. Reisende wollen die Region schmecken und genießen“, erklärt Ennemoser. Das Restaurant „100 km“ am Gardasee bietet beispielsweise nur Produkte an, die in der Umgebung von max. 100 Kilometern produziert werden.

3. Erlebnis- und Aktivreisen

Der Urlauber von morgen bewegt sich zunehmend zwischen den Sphären Freizeit und Arbeit. Auch wird Luxus im Urlaub wichtiger denn je. Luxus wird vom Gast jedoch neu verstanden: einzelne Hotels werden zu Destinationen und der Urlaub wird immer mehr zu einer Reise zum Ich. Erlebnisreisen sind

aufgrund der besonderen Aktivitäten bei Gästen beliebt. Erkennen Sie die neuen und geänderten Bedürfnisse der Gäste und richten Sie Spezial-Angebote darauf hin aus. „In starken, individuellen und herausragenden Konzepten liegt unglaubliches Potenzial für die Hotels der Zukunft!“, erklärt Ennemoser.

4. Marketing-Kooperationen

Marketingkooperationen können Kosten sparen und ihnen neue Märkte öffnen, sie können den Verkauf fördern, Kunden binden und neue gewinnen, sie können positive Image- & Synergie-Effekte erzielen und für mehr Bekanntheit sorgen, da Sie in einem größeren Rahmen und mit geballter Kraft

aufzutreten können. „Marketingkooperationen basieren allerdings auf dem Prinzip von Geben und Nehmen, von Ehrlichkeit und Vertrauen. Wer sich einseitige Vorteile verspricht, wird nicht weit kommen. Es gilt eine Win-Win-Situationen zu erzeugen“, rät Ennemoser.

5. Couponing

Der gute alte Gutschein-Verkauf feiert ein Comeback und kommt insbesondere im weltweiten digitalen Netz und im E-Commerce zum Einsatz. Zahlreiche Möglichkeiten bieten sich dabei für Hoteliers. Nutzen Sie auch

besondere Geschenkanlässe, um Gutschein-Umsätze über Ihre eigene Webseite zu generieren. „Ein Must für jeden Hotelier, Gutscheinverkauf auf seiner Homepage anzubieten“, empfiehlt Ennemoser.

6. Buchungsplattformen

Urlaub 2.0 bedeutet, dass die Reise bereits vor dem eigentlichen Antritt mit einer ausführlichen „Reise im Netz“ beginnt: Inspiration-Suche-Information-Evaluierung-Buchung. Laut dem Hotelverband Deutschland erfolgen rund 60% der Hotelbuchungen auf elektronischem Weg. Zum Vergleich waren es im Jahr 2003 gerade mal 16%. Ähnlich ist die Entwicklung bei den Vertriebskanälen der

Hotels in zu sehen: Internet-Portale rangieren mit rund 25% auf Platz eins der meist genutzten Vertriebskanäle deutscher Hotels, gefolgt von der eigenen Homepage, E-Mail und Telefon. Eine hoteleigene Buchungsmöglichkeit ist nicht mehr wegzudenken. „Trotzdem darf der Markt der rund 18 Mio. „Non-Liner“ allein in Deutschland nicht vergessen werden“, rät Ennemoser

7. Location-Based-Services

Ortsbezogene Social Networks boomen und werden viele Anhänger dazugewinnen. Insbesondere kann davon die Tourismusbranche profitieren. Solche Dienste ermöglichen den mobilen Usern am jeweiligen Aufenthaltsort einzuchecken (Geschäfte,

Lokale, Hotels, öffentliche Orte). Diese Check-Ins können über Facebook, Twitter, Foursquare geteilt werden. „Registrieren Sie unbedingt ihren eignen Betrieb und machen Sie sich das zum Vorteil“, rät Ennemoser.

8. Social Search & Bewertungen

Durch zahlreiche Möglichkeiten, Neuerungen und die rasanten Veränderungen der Informations- und Kommunikationstechnologien, entdecken immer mehr Hotels Social Media Plattformen für die Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen.

über diverse Bewertungsplattformen ein. Auch ist es so, dass die großen Suchmaschinen wie Google vermehrt nutzergenerierte Informationen und Inhalte direkt anzeigen. Laden Sie Ihre Gäste aktiv ein, Bewertungen für Ihren Aufenthalt zu abzugeben. Senden Sie dem Gast sofort bei Abreise ein Email, in dem Sie ihn einladen allfällige Probleme vor der Abgabe einer „offiziellen“ Bewertung zu klären.

Bevor der Gast ein Zimmer in Ihrem Hotel buchen wird, holt er sich zuerst Informationen

9. Social Media

Facebook, Twitter & Co werden auch weiterhin auf Erfolgskurs sein und noch kreativer werden. Weltweit gibt es über 600 Mio. User; in Deutschland 15 Mio. und in Österreich schon 2,3 Mio. User. „Als Hotelier ist es mittlerweile Pflicht, eine eigene Facebook-Seite zu haben. Dies erfordert von den Hoteliers verstärkte Kreativität, um dieses

Tool strategisch in ihren Marketingplan zu integrieren“, so Ennemoser. Laden Sie doch am Abreisetag Ihre Gäste via Facebook ein, Mitglied auf der Hotel-Fanpage zu werden, oder veranstalten Sie Fotowettbewerbe. Handelsunternehmen bieten beispielsweise Ihren Kunden einen Rabatt, wenn Sie auf den „Like-Button“ drücken.

10. Mobile Services

Das mobile Internet boomt: Japan erreicht Markpenetrationsraten von über 60%, Deutschland hat Wachstumsraten am Smartphone-Markt von 39% und 2013 soll es bereits mehr mobile Internet User, als Desktop User geben. Bereits 20% aller mobilen Suchanfragen entfallen auf den Reisebereich. Eine für mobile Geräte optimierte Website ist daher die Basis für Hotels, um vom wachsenden mobilen Markt zu profitieren: aussagekräftige Bilder und Videos mit geringem Datenvolumen, um Ladezeiten zu verkürzen, reduzierte Botschaften, Buttons verwenden, Telefonnummer als aktiven Link

anzeigen und Anfragemöglichkeiten integrieren.

„Der mobile Zukunftsmarkt und die vorgestellten Trends stellen für jeden Hotelier neue Herausforderungen dar, um das Ganze aktiv und strategisch in den Marketingplan einzugliedern. Sie werden jedoch sehen, dass Sie mit nur wenigen Schritten Ihren Auftritt optimieren können und für die Zukunft so gut vorbereitet sind. Versäumen Sie nicht, die für Sie richtigen Fäden zu ziehen“, empfiehlt Ennemoser.

Ennemoser Wirtschaftsberatung: Consulting-Experten für touristische Fragen seit 40 Jahren: Tourismusberatung - Golfberatung -Sachverständige - Investoren- & Immobilienservice. Mehr dazu unter www.ennemoser.at.

Rückfragen & Kontakt:

Ennemoser Wirtschaftsberatung GmbH
Abteilung Tourismusberatung

Tel.: +43-(0)512-28 18 000

Fax: +43-(0)512-28 74 40

Email: office@ennemoser.at

Web: www.ennemoser.at