

Internet. Auktionsplattformen. Hotels nutzen Ricardo und Ebay, um in schwachen Zeiten die Betten zu füllen. Das sind in der Stadthotellerie beispielsweise die Wochenenden.

Zimmer zu versteigern

Einige Schweizer Hoteliers setzen auf Internet-Auktionsplattformen, um ihre Betten zu füllen. Warum sich dieser Verkaufskanal lohnen kann – und was es dabei zu beachten gilt.

ANDREAS GÜNTERT

Relaxen und Natur pur im Hotel Bänklalp – anmüchelnde Worte, die man sich auf einem Prospekt oder auf einer Visitenkarte des Engelberger Dreisternehotels vorstellen könnte. Doch der Werbeslogan prangt auf Ebay. Der Obwaldner Betrieb nutzt die Versteigerungsplattform, um zusätzliche Logiernächte zu generieren. «Wir versteigern Gutscheine, die uns

helfen, schwache Zeiten auszulasten», sagt Martina Kollreider, Vize-Direktorin des Hotels Bänklalp. Starke Saisons, wie Weihnachten/Neujahr, seien tabu für Ebay-Kunden. In der übrigen Zeit nehme man sie nach Verfügbarkeit auf, so Martina Kollreider.

«Bei den Stadthotels füllen wir so die Wochenenden besser, in den Saisonbetrieben die Zwischen-saison», sagt Andrea Strübin von der Treff Hotel AG, wo man mit sechs Ramada-Betrieben in der Schweiz regelmässiger Gast auf Ebay ist. Zusätzliche Vorteile der Versteigerungs-Site: Hoteliers erhalten hier eine Werbefläche, und zwar bei einer Kundschaft, die Ebay und Co ähnlich einem Fernseh-Abend quasi als «digitalen Schaufensterbummel» nutzt.



Martin Werlen von Cultuzz Schweiz.

Eine weitere Spielart fürs Pricing kennt man bei Ricardo.ch, wo gemäss eigener Auskunft «permanent zwischen 200 und 300 Angebote von Pauschalreisen und Hotelübernachtungen» online sind: «Man kann dem aktuellen Marktpreis auf den Zahn fühlen», sagt Ricardo-Sprecherin Barbara Zimmermann. «Sollte sich im Falle von Auktionen zeigen, dass der Verkaufspreis mehrheitlich von den regulären Preisen abweicht, hat die Hotelleitung Nährboden für eine Preis-anpassung.» Oder kurz: Auf Auktionsplattformen kann der Hotelier seine Preisliste austesten.

Oft programmieren Hotels die Auktionen nicht selber; sie lagern die Arbeit an spezialisierte Dienstleister aus. Die Schweizer Tochter der Berliner Firma Cultuzz etwa betreut für 74 Schweizer Hotels Online-Auktionen. Rund 170 verschiedene User würden im Schnitt an ei-



Sich's wohlsein lassen im Ramada Hotel Regina Titlis in Engelberg. Ebay macht's möglich.

ner Auktion mitmachen, was einen günstigen Werbeeffect erbege, sagt Martin Werlen von Cultuzz Schweiz. Für den Hotelier wird bei einer Versteigerung eine Kommission von 12 Prozent (7 Prozent für Cultuzz, 5 für Ebay) fällig. Weil man wisse, dass 13 Prozent aller Steigerer ihren (bezahlten) Hotelgutschein gar nie einlösen, lohne sich ein Engagement für Hoteliers

«Wir versteigern Gutscheine, die uns helfen, schwache Zeiten auszulasten.»

Martina Kollreider
Hotel Bänklalp, Engelberg

zusätzlich. Das Steigerungs-Geschäft hat eine grundsätzliche Krux: Wer seine Hotelnächte ab einem Franken oder einem Euro ausschreibt, hat zwar viel Betrieb in der Auktion, läuft aber Gefahr, ausschliesslich «Billigheimer» anzusprechen.

Wer zu hoch einsteigt oder sein Package überfrachtet, wird wenig Betrieb haben. «Man fährt gut,

wenn man mit der Hälfte des Normalpreises beginnt», sagt Martin Werlen. Er schätzt, dass der Hammer in der Regel bei 60 bis 70 Prozent der Rack-Rate fällt. Hoteliers müssen wissen, dass sie via Ebay und Ricardo mit einer sehr preisaffinen Kundschaft in Kontakt geraten. So preisaffin, dass man es manchmal mit Schlaumeiern zu tun bekommt, weiss Andrea Strübin: «Manche steigern da und dort Gutscheine zusammen und wollen sie dann gleich am Stück einlösen. Das geht natürlich nicht.»

ZVG

ANZEIGE



Volle Betten, leere Kassen?

Unsere E-Payment-Lösungen eignen sich hervorragend für den Tourismus und die Hotellerie. Ihre Kunden können online bezahlen und Sie erhalten das Geld schnell und ohne Delkreder-Risiko. Wie ein perfekter Zimmerservice. Mehr erfahren Sie unter Telefon 0848 848 848 (Normaltarif) oder auf www.postfinance.ch/e-payment.

Besser begleitet. **PostFinance**
DIE POST