

Pressemitteilung

Der Mix macht's: Firmensonderpreise versus Best Available Rate

Während einer Veranstaltung der HSMA Competence Center Ost diskutierten am Abend des 16. Oktober in Berlin an die 60 Hoteliers das Für und Wider von Firmenverträgen und flexibler Preise für Corporate-Kunden. Eine Mischung aus beidem könnte das Erfolgsrezept sein.

Berlin, 21. Oktober 2007. Hat der starre Firmenvertrag ausgedient und gehört die Zukunft allein der flexiblen Best Available Rate? Weder noch. Beide Formen haben ihre Berechtigung – so das Ergebnis eines Diskussionsabends der HSMA Competence Center Ost am 16. Oktober im Berliner Grand Hotel Esplanade. Auf dem Podium konnten Spezialisten gewonnen werden; wie Kathrin Weiss, Travel Management ProSiebenSat1 Media AG, Jochen Emmerich, Leiter Corporate Sales HRS sowie Uwe Walter Regional Director of Sales & Marketing Albeck & Zehden Hotels. Bei dem erwartungsgemäß recht kontrovers geführten Schlagabtausch zwischen Travel Managern, Mittlern und an die 60 Hoteliers war das Moderationsgeschick von Therese Christerson, Vorsitzende des HSMA Competence Centers Ost, diesmal ganz besonders gefragt.

Flexible Reiserichtlinien als Kompromiss

So forderten Hoteliers vor allem Fairness von den Firmen ein, auch wenn diese auf einem käuferorientierten Markt in der stärkeren Position seien. „Wenn Geschäftsreisende keine restriktiven Raten in Kauf nehmen möchten, müssen sie eben auch Abstriche beim Preis akzeptieren“, so lautete die deutliche Forderung auf Hoteliersseite. Bis zum Anreisetag stornieren zu können und einen Anspruch auf das letzte noch verfügbare Zimmer eines

HSMA DEUTSCHLAND E.V. – HOSPITALITY SALES & MARKETING ASSOCIATION

Seite 2 von 3 zur Pressemitteilung:

Der Mix macht's: Firmensonderpreise versus Best Available Rate

Hotels zur vereinbarten Firmenrate (Last Room Availability) zu haben, müsse eben auch seinen Preis haben. Auf der einen Seite wünschen die Travel Manager planbare Preise. Im Gegenzug erwartet das Hotel dafür ein garantiertes Volumen an Übernachtungen. Doch eine solche, bis in die 80er Jahre noch durchaus übliche Garantie sei in dem vor allem angebotsorientierten Berliner Markt nicht mehr durchsetzbar, so die Meinung von Kathrin Weiss. Einen Kompromiss scheint man in der Kettenhotellerie bereits gefunden zu haben: So schließen diese mehr und mehr Firmenverträge ab, die den Unternehmen zwar eine feste Rate als „Deckelrate“ garantieren, es aber gleichzeitig ermöglichen, dass die Best Available Rate (BAR) gebucht werden darf, wenn diese für den Vertragskunden günstiger ist. „Reiserichtlinien, die es den Mitarbeitern erlauben, auch flexible Raten zu buchen, muss nicht Kompetenz der Travelmanager infrage stellen, wenn diese neue Strategie in den Unternehmen richtig kommuniziert wird“, ist Uwe Walter, Director of Sales & Marketing der Albeck & Zehden Hotels, sicher. „Eine garantierte Rate ist keineswegs zu jedem Tag und Zeitpunkt auch zugleich die günstigste“, korrigierte eine Hoteldirektorin bei dieser Gelegenheit die falsche Vorstellung mancher Travelmanager. „Für unsere Mitarbeiter ist es entscheidend, schnell und einfach ein Zimmer innerhalb unserer Reiserichtlinien buchen zu können“, so Kathrin Weiss, Travel Manager ProSiebenSat.1 Media AG. Ihre Arbeit wird erschwert, wenn die Firmenrate nicht mehr verfügbar ist und sie mit Recherche doch Zimmer im Internet findet, die auch noch günstiger sind. Diesen Zeitaufwand möchte sie abbauen. HRS beobachtet die Marktentwicklung sehr genau und wird in der Lage sein, die Vertragssituation zwischen Hotel und Corporate abzubilden. Derzeit gibt es nur sehr wenige verhandelte prozentuale Abschläge im Corporate Bereich. „Restriktive Raten sind im Geschäftsreisebereich nicht populär“, so Jochen Emmerich, Leiter Corporate Sales bei HRS, Köln. „Was für Leisure-Kunden durchaus

HSMA DEUTSCHLAND E.V. – HOSPITALITY SALES & MARKETING ASSOCIATION

Seite 3 von 3 zur Pressemitteilung:

Der Mix macht's: Firmensonderpreise versus Best Available Rate

erfolgreich ist, stößt in dem Bereich überwiegend auf Ablehnung. Dafür ist das Geschäft dieser Zielgruppe einfach zu kurzfristig.“

Dieses druckfähige Bild finden Sie dieser E-Mail anbei:

Bildunterschrift: (v.l.) Jochen Emmerich, Leiter Corporate Sales

HRS, Köln, Uwe Walter, Albeck & Zehden Hotels, Berlin, Director of Sales & Marketing,

Kathrin Weiss, Travelmanager, ProSiebenSat.1, Berlin, und Therese Christerson, Vorsitzende des HSMA Competence Centers Ost,

Über die HSMA Competence Center Ost:

Die HSMA Competence Center Ost hat über 120 Mitglieder aus Berlin sowie Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Neben großen Hotelkonzernen und namhaften mittelständischen Hotels sind auch Hospitality- nahe Verbände, Agenturen in der HSMA organisiert.

Weitere Informationen, Bildmaterial und Pressekontakt:

Stephan Reichmann, Tel.: +49 (0)177 / 246 264 7

E-Mail: hsma-ost@gmx.net

www.hsma.de

HSMA DEUTSCHLAND E.V. – HOSPITALITY SALES & MARKETING ASSOCIATION

HSMA Deutschland e.V.
Engenser Landstraße 1a
56170 Bendorf-Sayn

Tel: 02622 – 907 38 0
Fax: 02622 – 907 38 29
Email: info@hsma.de