Hotels buchen

Tipps für Travel Manager

von fvw
Montag, 01. Oktober 2012

Wer einheitlich über ein Hotel-Portal bucht behält den Überblick über Volumen, Preise und Reiseverhalten. BizTravel hat die besten Hotelbuchungstipps zusammengestellt.

Emotionales Thema

Ausgehandelte Raten für häufig besuchte Hotels sowie die einheitliche Buchung über ein Online-Portal: Das Rezept für einen erfolgreichen Hoteleinkauf liest sich simpel. „Durch klare Buchungswege und Steuerung lassen sich oft 20 Prozent sparen", sagt Andrea Zimmermann, Beraterin von BTM4U. „Steuerung ist heute wichtiger denn je", fügt sie hinzu. „Die Hotelpreise werden deutlich steigen, und Travel Manager müssen dieser Entwicklung etwas entgegenhalten." Doch der Weg ist steinig. Zimmermann spricht von einem „hohen Aufwand an Kommunikation und Umsetzung", der damit zusammenhängt, dass bei Hotels die Auswahl sehr viel größer ist als bei Airlines. Und die individuellen Wünsche, die Reisende an „ihre" Unterkunft haben, unterscheiden sich immens. „Die Befindlichkeiten sind groß", sagt Zimmermann.

Dennoch ist Sparen möglich. Am Anfang steht die Bedarfs- und Marktanalyse. Es gilt, eine Menge Fragen zu beantworten: Wohin reisen die Kollegen? Welche Hotels nutzen sie? Lässt sich an manchen Zielen das Volumen bündeln, so dass sich dort Gespräche über Firmenpreise lohnen? Und nutzt das Unternehmen bereits die günstigsten Raten, oder gibt es noch Sparpotenzial? Verfügt das Travel Management über keine Reisekostensoftware oder Buchhaltungsstatistiken, ist eine solche Auswertung meist sehr aufwendig – mitunter gar unmöglich. „Dann sollte man sich direkt einen zentralen Buchungskanal aussuchen", empfiehlt Zimmermann. „Dieser liefert zumindest zukünftig alle Daten."

Alles über einen einzigen Kanal

Wichtig: Die klare Steuerung auf einen Buchungskanal – meist ein Online-Anbieter, der auch Fax- und Telefonbuchung zulässt – ist das A und O. „Nur so erzielt man ein gutes Ergebnis und hat Controlling und Reporting in der Hand", betont die Beraterin. Welches Portal man wählt, ist eher Geschmackssache. „Wir haben verschiedene Anbieter getestet. Der mit den meisten nicht über Reservierungssysteme buchbaren Hotels und der besten Bedienerfreundlichkeit hat den Zuschlag bekommen", erzählt SEW-Managerin Kölmel. Getestet wurden die Anbieter direkt von den buchenden Sekretärinnen. Andreas Konkel, Mobility Manager beim Optikriesen Carl Zeiss, hat mit HRS und dem Corporate Rates Club (CRC) gleich zwei Mittler im Einsatz.

In jedem Fall sollte sich der Betrieb einen Firmenzugang einrichten lassen. „Bei uns ist die Hotelbuchungsseite im Intranet integriert – samt Carl-Zeiss-Logo", erzählt Konkel. Und: Außer den Hotelraten, die das Portal offeriert, sind eigene Firmenraten und Geocodierung hinterlegt. Letzteres bedeutet, dass der Reisende automatisch erfährt, welche Hotels in geringster Entfernung zu seinem genauen Reiseziel liegen. „Denn nicht nur der Zimmerpreis zählt", warnt Zimmermann. „Lieber zahle ich ein paar Euro mehr, als umständlich per Straßenbahn oder teuer mit dem Taxi vom vermeintlich billigen Hotel zum Besprechungsort zu kommen. Vollkostenbetrachtung lautet für sie das Zauberwort.

Darüber hinaus empfiehlt es sich, die Buchung über das Portal zur Pflicht zu machen und diese dann auch in den Reiserichtlinien zu verankern. Das freilich ersetzt nicht Gespräche mit den Reisenden sowie Schulungen. Keinesfalls soll durch die Online-Reservierung der möglicherweise gute persönliche Kontakt zu einem „Stammhotel " zerstört werden. Bei besonderen Buchungen kann man auch künftig telefonieren – „oder einfach mal so, ganz gezielt", wie Zimmermann anregt. Und sind die Lieblingsunterkünfte nicht über den gewählten Internet-Anbieter buchbar, nimmt dieser die Häuser in der Regel auf Anfrage auf.

Preisobergrenze – ja oder nein?

Manche Betriebe definieren in ihren Richtlinien eine Maximalrate, zu der Reisende ihr Zimmer buchen dürfen. Liegt der Preis über der Grenze von etwa 80 bis 100 Euro, muss der Abteilungsleiter die Buchung genehmigen. Konkel hält jedoch wenig davon, die Rate konkret zu definieren. Zumal die Zimmerpreise stark variieren. So müssen Carl-Zeiss-Mitarbeiter ein „günstiges Mittelklassehotel" wählen.

Für Hotels oder Hotelketten, in denen häufiger übernachtet wird, empfiehlt es sich nach wie vor, Firmenraten auszuhandeln. „Die meisten Hoteliers sind ab 100 Übernachtungen zu Verhandlungen bereit", sagt Jochen Rathei von Derhotel.com. In weniger gefragten Regionen können es auch schon mal 50 oder 35 Nächte sein.

Ratsam sind Verhandlungen auch für Häuser im Ausland, vor allem in Russland, Zentralasien und Südamerika. Zimmerpreise von über 300 Euro sind hier üblich. „Wer ein großes internationales Volumen hat, sollte sich lokale Unterstützung sichern, etwa bei Reisebüro-Partnern“, empfiehlt Rathei. Sie kennen die Szene vor Ort besser und wissen, wie Preiszugeständnisse zu erreichen sind.

Zimmer auch zu Messezeiten

Problematisch wird es, wenn der Geschäftsreisende kurzfristig in eine Stadt muss, in der eine große Messe ansteht. Dann gelten die Firmenraten in der Regel nicht, und die Unterkünfte sind restlos ausgebucht. Eine Nische, die der Anbieter Tradefairs.com besetzt: Auch 14 Tage vor Messen sind über diese Agentur noch Zimmer zu bekommen. Und wer Raten aushandelt, sollte auch gleich über weitere Leistungen sprechen. „Kostenfreie Stornierung und Flughafentransfer am besten mitverhandeln“, sagt Rathei. Denn was nützt die noch so günstige Firmenrate, wenn Stornierungen viel Geld kosten? Manche Betriebe verhandeln heute übrigens keine genauen Preise mehr. Könnten sich solche in Zeiten schwacher Belegung, in denen Hotels mit Billigpreisen locken, für den Travel Manager doch als Bumerang erweisen — nämlich dann, wenn derlei Sonderangebote die Firmenrate noch untertreffen. „Wir erhalten einen Rabatt auf den jeweils günstigsten Tagespreis“, erklärt Konkel. „Das läuft sehr gut – und die Reisenden machen mit.“

Hotel-Online-Portale

HRS 225.000 Hotels im Angebot und Marktführer in Deutschland. Über 750.000 Hotelbewertungen. Exklusivpreise für etliche Hotels (garantiert zehn Prozent günstiger als anderswo), Direktbuchung von Tagungen. www.hrs.de (http://www.hrs.de)

Hotel.de 210.000 Hotels. Auswahl der passenden Rate aus allen verfügbaren Angeboten. Hotelbewertungen sowie vergünstigte Preise für „präferierte Partner“. www.hotel.de (http://www.hotel.de)

EHotel 210.000 Hotels, davon 85.000 online buchbar. 10.000 internationale Hotels mit Spezialraten von Radius (weltweiter Verbund von Geschäftsreisebüros). www.ehotel.de (http://www.ehotel.de)

Corporate Rates Club 315.000 Hotels. Wer günstigeres Angebot bei HRS oder Hotel.de findet, erhält Differenz erstattet. Abrechnung über Airplus-Reisestellenkarte möglich. www.corporate-rates-club.de (http://www.corporate-rates-club.de)

Derhotel Gehört zur DER-Gruppe. Spezielle DER-Raten, angezeigt wird günstigster Preis. Derhotel übernimmt auch Verhandlung von Firmenraten für ausgewählte Hotels. www.derhotel.com (http://www.derhotel.com)

Tradefair Hotels speziell zu Messezeiten, in denen sonst oft alles ausgebucht ist. Samt Reporting sowie Teilnehmer- und Kontingent-Manage- ment. www.tradefairs.com (http://www.tradefairs.com)

Trivago Keine Buchungsplattform, sondern Preissuchsoftware. Vergleicht die Angebote von HRS, Hotel.de & Co, viele Bewertungen. Allerdings (noch) keine direkten Links zu individuellen Firmenzugängen bei Hotelportalen. www.trivago.de (http://www.trivago.de)

Themen

- Andrea Zimmermann (/suche/schlagworte/Andrea+Zimmermann/)
- Hotelbuchungstipp (/suche/schlagworte/Hotelbuchungstipp/)
- Reiseverhalten (/suche/schlagworte/Reiseverhalten/)
- Andreas Konkel (/suche/schlagworte/Andreas+Konkel/)
- Jochen Rathei (/suche/schlagworte/Jochen+Rathei/)
- Firmarate (/suche/schlagworte/Firmarate/)
- SEW (/suche/schlagworte/SEW/)

Die Kommentare für diesen Artikel sind geschlossen.