Provision wird sich nicht ändern

Buchungsportale HRS will mit Meetago ins Mice-Segment einsteigen. Hoteliers und deren Kunden sollen davon profitieren.



Boomendes Tagungsgeschäft: HRS will diesen Bereich für sich erschließen

Foto: Matej Kastelic/Shutterstcok.com

BERLIN. Die Beteiligung von HRS an Meetago wirkt wie ein Befreiungsschlag. Das Kölner Portal hatte in den vergangenen Jahren in der deutschen Hotellerie deutlich an Marktanteil verloren, vor allem an den internationalen Mitbewerber Booking.com. Laut einer Studie des Hotelverbands Deutschland (IHA) lag HRS 2014 mit einem Marktanteil von 44,1 Prozent fast gleichauf mit Booking.com (42,5 Prozent). Booking.com, das zum internationalen Priceline-Konzern gehört, hat den Ruf, international wesentlich besser aufgestellt zu sein und auch mehr Auslandsgeschäft zu bringen.

Womöglich war das ein Grund für HRS-Chef Tobias Ragge, jetzt in ein anderes Segment zu investieren. Die Unternehmensgruppe ist seit Kurzem Teilhaber an Meetago, einem Portal, das auf die Vermittlung von Buchungen für den Bereich Meetings, Incentives, Conventions und Events, kurz Mice, spezialisiert ist. Öffentlich kommuniziert wird die Höhe der Beteiligung nicht, Branchenexperten sprechen jedoch von 25,1 Prozent. Davon verspricht man sich in der Kölner Unternehmenszentrale offenbar sehr viel: „Dieser Sektor ist noch nicht so professionalisiert und Firmenkunden haben Bedarf nach einer Lösung aus einer Hand“, erläutert Ragge. Insgesamt geht er davon aus, dass erst 2 Prozent des gesamten Mice-Vertriebs professionell erschlossen sind. Die Abteilung HRS Corporate soll nun gemeinsam mit Meetago Lösungen zur Professionalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette anbieten. Dabei sollen Prozesse nahtlos ineinander greifen – vom strategischen Einkauf bis hin zu Bezahl- und Abrechnungslösungen. Das Ganze soll bei den Hotelpartnern zu enormen Prozessvereinfachungen und damit geringeren Kosten führen.

Gleichzeitig verschärft sich dadurch auch der Wettbewerb. Nachdem die Portale das Segment der Individualreisen erobert haben, entdecken sie jetzt offenbar auch den Bereich Mice für sich. Das schürt bei so manchem Hotelier Angst vor einer steigenden Provision. Die Erhöhung bei HRS vor drei Jahren und der Aufschrei, der anschließend durch die Branche ging, sind noch nicht vergessen. Tobias Ragge versucht zu beruhigen: „Unsere Konditionen für Hotelpartner betragen 10 Prozent bei Tagungsumsätzen und 13 Prozent bei Gruppenumsätzen. Daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern.“ Das bisherige 10-Prozent-Modell von Meetago soll also auch mit der HRS-Integration erhalten bleiben.

Gleichzeitig gelang Ragge zur ITB noch ein weiterer Überraschungsschlag: Unter der Marke HRS Destination Solutions sollen Tourismusorganisationen, Makler und Betreiber von Ferienunterkünften Tools für die Vermarktung im Netz erhalten. Damit wächst HRS in einem weiteren Segment des Reisemarkts. „Grundsätzlich sucht man nach neuen Geschäftsmodellen“, kommentiert Jürgen Gangl, Vorsitzender der Hoteldirektoren Vereinigung Deutschland (HDV), die neue Strategie der HRS Group. Aber Gangl bezweifelt, dass es langfristig bei 10 Prozent Provision bleibt.



Autorin
Raphaela Kwidzinski
Redakteurin der AHGZ
E-Mail: redaktion@ahgz.de

STREIT UM KOCHLEHRE

„Gute Ausbildung ist auch eine Einstellungssache“

Markus Kirchner, Küchendirektor im Maritim Airport Hotel Hannover

Es stimmt: Die Kochausbildung steckt in der Krise. Und die Gastronomie ist zum Teil selbst schuld daran. Ich habe selbst auch schon Azubis aus Betrieben übernommen, die kaum Fachwissen hatten und die Prüfung nicht bestanden haben. Deshalb ist die Kritik an manchen Ausbildern berechtigt.

Diesen Betriebe fehlt die Qualifikation auszubilden. Hier sehe ich auch die IHKs in der Verantwortung. Sie sollten drastische Strafen ausloben, wenn ein Ausbilder zum Beispiel gewalttätig wird. Und: Die Erlaubnis für die Ausbildung wird nach der Zulassung nie wieder kontrolliert. Doch auch ein Chef muss sich weiterentwickeln. Gute Ausbildung ist auch Einstellungssache. Wir haben uns verpflichtet, zu lehren! Ein guter Ausbilder muss die Azubis respektieren, ihnen auf Augenhöhe begegnen. So akzeptieren sie uns auch als Chefs. Das muss ganz oben stehen! Die jungen Leute, die wir nicht gut ausbilden, verlieren wir für immer für die Gastronomie. Man muss Fehler zulassen, Freiräume geben, Schwächen erlauben – und sie in Stärken umwandeln. Wir machen Arbeitszeitkonten und erfassen die Ist-Arbeitszeit. Zwei Küchenmeister kümmern sich um unsere 18 Lehrlinge. Möchte ein Azubi ein Rezept probieren, kaufe ich die Waren dafür ein. So etwas baut die jungen Leute auf und motiviert sie!



Foto:Hotel

Markus Kirchner

Anzeige



W-Lan wichtiger als Frühstück

MÜNCHEN. Kostenloses W-Lan im Hotel ist vielen Geschäftsreisenden wichtiger als ein kostenloses Frühstück. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Geschäftsreiseportals Egencia unter 1000 Geschäftsreisenden aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien. Für 65 Prozent der Befragten ist demnach kostenloses W-Lan und für 74 Prozent schnelles W-Lan von besonderer Bedeutung. Kostenloses Frühstück ist nur 33 Prozent wichtig. *rk*

DAS BRINGT DIE WOCHE

Prowein
Internationale Weinmesse
▶ 15. - 17. März, Düsseldorf
www.prowein.de

Olympia 2024
Beschluss: Hamburg oder Berlin?
▶ 21. März, Berlin
www.dosb.de

AHGZ mit Fachthema
Laktose-, Gluten- & Allergenfreies
▶ 21. März
www.ahgz.de



Teilen Sie uns Ihre bundesweit relevanten Termine mit.
Isabel Diez
redaktion@ahgz.de

Anzeige

