



70 Prozent der deutschen Hoteliers nutzen Buchungsportale als zusätzlichen Vertriebsweg. Doch auch, wenn durch die Listung auf unterschiedlichen Online-Plattformen die Hotelauslastung verbessert werden kann, sinkt in den Betrieben die Rentabilität, wenn pro erfolgreiche Buchung bis zu 15 % an Provisionen und teilweise sogar bis 25 % fällig werden.

### **Vorteile durch Online-Buchungsportale**

„Hotelbuchungsportale sind durchaus gute Vertriebskanäle für die Hotellerie, doch so wichtig externe Mittler beim Hotelverkauf auch sind: Die Marktmacht einiger dominanter Buchungsportale darf nicht zu einem Missbrauch der Marktmacht bei Kommissionshöhen und Vertragsbedingungen oder Ratenparitäten führen“, 30 % der Buchungen laufen über Online-Buchungsportale. Drei Portale dominieren dabei den heimischen OTA-Markt mit einem gemeinsamen Marktanteil von über 95 Prozent“. Klar Buchungsportale haben den Vorteil einer großen Reichweite. Denn je mehr Hotels auf einer Plattform gelistet sind, desto mehr Nutzer besuchen das Portal-. Unternehmen und Reisende aus dem Ausland werden so auch schneller auf die Hotels aufmerksam. „Eine solch große Reichweite ist mit eigenen Vertriebskanälen so nicht möglich.

### **Nachteile für Hoteliers**

Die große Anzahl an Hotels, die auf einzelnen Portalen zu finden sind, führt innerhalb der Branche zu einem enormen Preiskampf. Gäste sind oft auf der Suche nach dem günstigsten Preis und verlockenden Schnäppchen. Das bedeutet für die Hoteliers, preiswerte Zimmerpreise anbieten zu müssen, um konkurrenzfähig zu sein. Zusätzlich muss für jede erfolgreiche Vermittlung Provisionen zwischen 15 und 25 Prozent bezahlt werden. Die Folge sind leere Zimmer und finanzielle Verluste. Weitere Einbußen entstehen: „Durch Buchungsapps, Firmenkontingente und kostenfreie Stornierungen“. Kompensiert, wird die durch unnötige Preissteigerungen

Ein weiterer Nachteil ist, dass die Hoteliers beim Buchungsprozess nicht mit den zukünftigen Gästen kommunizieren können. „Der Buchungsvorgang der Reisen erfolgt ausschließlich über das Portal, das auch für die Beantwortung der Fragen beim Buchungsprozess verantwortlich ist.

Erschwert wird das Ganze noch durch die Digitalisierung und die zunehmenden Buchungen durch Apps. Was dazu führt, dass Hoteliers die Datenhoheit verlieren und somit weiter in die Abhängigkeit der mächtigen Portale treibt.

### **Mögliche Alternativen**

Gibt es: „Bestehend aus einer Vertriebsplattform / Hotelbuchungssystem einen Channel Management System und einem aktivem Vertriebsmechanismus um nur einige Punkte zu benennen. Gäste können über ihre Buchungsmöglichkeiten selbst entscheiden, welchen Buchungsweg sie nutzen möchten. Man kommuniziert direkt mit dem Hotel alternativ über das Buchungsportal. Keine Zimmeranfrage geht mehr verloren. Auch kann die Reservierungsanfrage direkt persönlich bearbeitet werden. Die Datenhoheit bleibt beim Hotel. Die

**NACHDENKLICH. Artikel zu Hotellerie und OTAs**  
**28.05.2019 Netz Werk Innovation**

Reservierung/Buchung des Hotelzimmers ist kostenlos, die Bezahlung und ihr Vertragspartner ist Ihr Gastgeber.

Wenn Sie Fragen haben, schreiben Sie uns.  
mail@nwi-hessen.de