



PRÄSIDENT

Udo Finkenwirth

Casino Bad Homburg

Im Kurpark, 61348 Bad Homburg

Tel. 06172-170170, Fax 06172-303413

E-Mail finkenwirth@t-online.de

VIZE-PRÄSIDENT

Michael Bläser

Hotel Bayern

Neureuthstraße 23, 83684 Tegernsee

Tel. 08022-1820, Fax 08022-182100

E-Mail michael.blaeser@hotel-bayern.de

SCHATZMEISTER

Peter Martin

Steigenberger Hotel Frankfurt-Langen

Robert-Bosch-Straße 26, 63225 Langen/Frankfurt

Tel. 06103-9720, Fax 06103-972555

E-Mail peter.martin@frankfurt-langen.steigenberger.de

SEKRETARIAT

Lena Kraft

Postfach 1128, 63689 Ranstadt

Tel. 06035-917462, Fax 06035-917467

E-Mail fbma.kraft@lena-kraft.de

www.fbma.de

REGIONALDIREKTOREN

REGION NORD (Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern)

Christoph Lueg

Mercure Hotel Hannover City

Willy-Brand-Allee 3, 30169 Hannover

Tel. 0511-80080, Fax 0511-8093704

E-Mail christoph.lueg@accor.com

REGION OST (Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen)

Henrik Böhnstedt

c/o Seehotel Burg Spreewald

Willischzaweg 69, 03096 Burg

Tel. 035603-650, Fax 035603-65250

E-Mail hbohnstedt@seehotel-burg-spreewald.de

REGION WEST (Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)

Josef Schulte

Große Seestraße 51, 60486 Frankfurt

Mobil 0171-7639139, Fax 069-75934983

E-Mail josef-schulte@t-online.de

REGION SÜD-WEST (Baden-Württemberg)

Reinhard W. Tegethoff

c/o Best Western Delta Park Hotel

Keplerstraße 24, 68165 Mannheim

Tel. 0621-4451800, Fax 0621-4451888

E-Mail rtegethoff@delta-park.bestwestern.de

REGION SÜD (Bayern/Österreich)

Konrad Pötzel

Unterfeldstraße 3, 82467 Garmisch-Partenkirchen

Mobil 0171-7684946, Fax 08821-9669634

E-Mail kpoetzel@t-online.de

ARBEITSKREIS ZULIEFERINDUSTRIE /AZI-Sprecher

Bernd Beckers, TeeKanne GmbH

Kevelaerer Straße 21-23, 40549 Düsseldorf

Tel. 0211-5085290, Fax 0211-5085509

E-Mail bernd.beckers@teekanne.de



Der VERTRIEB der Zukunft

Distributionssystem, Website oder Reservierungszentrale? Während des Regionalmeetings Nord am 18. und 19. Oktober in Hamburg beschreibt Carolin Brauer von Quality Reservations Mittel und Wege, Hotelzimmer zu verkaufen. Articolare PR, verantwortlich für die Pressearbeit der FBMA, sprach mit der Expertin über ihre persönliche Einschätzungen

Elektronischer Vertrieb ist in der Hotellerie unverzichtbar. 2008 wurden in Deutschland bereits 30 Prozent der Logisumsätze online generiert; 2000 waren es noch zehn Prozent. In der Zeit dazwischen ist viel passiert: War die Vertriebswelt früher nur Profis zugänglich, kann diese Kanäle heute jeder bedienen. Ebenso gravierend haben sich die technischen Voraussetzungen und Erwartungshaltungen der Nutzer geändert. Der Onlineverkauf von Hotelzimmern bedient diese veränderten Ansprüche, denn die Zahl derer, die im Netz buchen, steigt von Monat zu Monat. Im Jahr 2000 organisierten nur 56 Prozent der Deutschen ihren Urlaub selbst, 2008 buchten bereits 67 Prozent ihre Reise direkt und zum Teil online beim Leistungsträger – ohne Hilfe von Reiseveranstaltern oder Reisebüros. Die Folgen für traditionelle Buchungskanäle: Hatte das globale Distributionssystem (GDS) Amadeus 2005 weltweit noch 220 000 Installationen bei Reisebüros, sind es heute nur noch 100 200. Stattdessen liefert das Unternehmen 120 Webseiten mit Reiseinhalten. Weitere Entwicklungen beleuchtet Carolin Brauer, Geschäftsführerin der Quality Reservations Deutschland GmbH in Langenhagen.



Carolin Brauer

Articolare PR: Frau Brauer, welchen Stellenwert hat der elektronische Vertrieb in der Hotel- und Tourismusindustrie?

Carolin Brauer: Gut, dass es den elektronischen Vertrieb gibt, denn der erlaubt Individualhotels, Kooperationen und Ketten, ihre Angebote weltweit an potenzielle Gäste mit den unterschiedlichsten Reisemotiven zu verkaufen. Für diese hocheffizienten Vertriebskanäle entstehen keine Reisekosten für Mitarbeiter, verkauft wird aus dem Hotel heraus mit klarem Konzept und Marketingbudget.

Articolare PR: Welche Unterschiede gibt es zwischen dem elektronischen Vertrieb von heute und dem vor 20 Jahren?

Carolin Brauer: Gab es früher nur die globalen Distributionssysteme mit Fokus auf Geschäfts- und Messereisende, haben sich heute moderne, stark visuell geprägte Reiseportale und Hotelwebseiten mit Buchungsmaschinen als wichtige Distributionskanäle etabliert.

Articolare PR: Welche Veränderungen gab es in den vergangenen zwei Jahren?

Carolin Brauer: Wir erkennen drei grundlegende Veränderungen: erstens die Konsolidierung der Internetportale, zweitens die dramatisch gestiegene Erwartungshaltung der Bucher und drittens die Zunahme der Internetbuchungen.

Articolare PR: Haben Internetportale inzwischen eine größere Bedeutung als GDS?

Carolin Brauer: Globale Distributionssysteme gelten schon seit Jahren als Auslaufmodell. Aber Totgesagte leben ja bekanntlich länger. Im Augenblick werden immer noch über 70 Prozent der Geschäftsreisen über ein GDS abgewickelt. Der Großteil dieser Buchungen für die Hotellerie sind Firmenvertrags- und Tagesraten während Messezeiten. Zusätzlich zur strukturierten Welt der GDS gibt es eine Vielzahl von professionellen Internetportalen. Anfangs konzentrierten sich diese lediglich auf den individuellen Freizeitgast, mittlerweile nehmen aber auch Firmen deren Dienste in Anspruch. Einige dieser Portale bieten ausschließlich Hotelleistungen an. Hier stellt sich die Frage, ob ihr Angebot für den Firmen- oder auch individuellen Gast in Zukunft ausreichen wird.

Articolare PR: Was ist für ein Hotel das Wichtigste an einem Reservierungssystem?

Carolin Brauer: Ganz klar die Benutzerfreundlichkeit. Ein Schwerpunkt unserer Arbeit liegt daher in der Beratung, Betreuung und Schulung von Hotelmitarbeitern, um einen professionellen und kontinuierlichen Umgang mit dem System zu erreichen. Es ist sehr wichtig, dass die Mitarbeiter Spaß daran haben, mit den Systemen zu arbeiten und Bestätigung durch Erfolg erfahren.

Articolare PR: Gehört die Reservierungszentrale im Hotel demnach bald der Vergangenheit an?

Carolin Brauer: Die Reservierungszentrale ist aus der Hotellerie nicht wegzudenken und wird ein wichtiges Instrument für Beratung und Zusatzverkauf bleiben. Man darf nicht übersehen, dass die Leistungen und Angebote von Hotels um ein Vielfaches komplexer in der Darstellung sind als ein Sitz im Zug oder Flugzeug, wo es außer den Klassen nichts zu wählen gibt. Ein persönlicher Ansprechpartner im Hotel ist daher ein wichtiges Serviceplus. Die Hotellerie war und ist ein Geschäft von Menschen für Menschen.

KONTAKTE pflegen

Zum Jahresabschluss der Hospitality Management School steht das Thema »Sales and Marketing« auf dem Programm

Das Seminar am 7. und 8. Dezember richtet sich an Mitarbeiter der Gastronomie, die unabhängig von der Abteilung mit Verkauf und Marketing zu tun haben. Zu den Inhalten befragt Articolare PR den Referenten Josef Schulte, Inhaber der Power Coaching Akademie in Frankfurt und FBMA-Regionaldirektor West.

Articolare PR: Welches Ziel hat Ihr Seminar?

Josef Schulte: In dem Seminar wird vermittelt, was Marketing und Sales bedeuten und wie man beides in der Praxis gestalten kann. Marketing ist weitaus mehr als Anzeigenschaltung und der Hausprospekt. Marketing ist die Ausrichtung eines Betriebes am Markt – getreu dem Motto: Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. In Marketingmix und Kommunikationsstrategie sind alle Aktionen zusammengefasst, mit denen man seine Botschaft an die potenziellen Gäste bringt und deren Entscheidung positiv beeinflusst. Marketing und Sales verfolgen dasselbe Ziel: mehr Gäste und damit langfristig ein wirtschaftlich gesundes Unternehmen. Marketing bedeutet auch, aktiv zu werden – und zwar bevor die Umsätze rückläufig sind, erst

recht aber dann, wenn Umsatzrückgänge zu verzeichnen sind. Dann sind Sales und Marketing nicht nur eine Kann-, sondern eine Muss-Option.

Articolare PR: Wie sind Sales und Marketing miteinander verknüpft?

Schulte: Marketing und Sales laufen nicht unabhängig nebeneinander ab, sondern abgestimmt und integriert. Aus gezielten Marketingaktionen sollten immer auch gezielte Sales-Aktionen hervorgehen. Beides gilt es zu trainieren, um die Botschaften nicht nur zu verstehen, sondern auch zu verinnerlichen. Denn: Durch Sales-Maßnahmen gelangt man wesentlich schneller zu Umsätzen, da die Entscheidungen teilweise vor Ort getroffen werden.

Articolare PR: Ist Sales ein Instrument für Betriebe jeder Größe?

Schulte: Im heutigen Verdrängungswettbewerb kommen kleinere und mittlere Betriebe ohne Sales und gezieltes Marketing nicht mehr aus. Leider ist der Sales-Bereich in vielen privat geführten Häusern immer noch ein Stiefkind und wird entweder gar nicht oder nur halbherzig praktiziert. Sales bedeutet aber, jeden Tag telefonische Kontakte zu pflegen, Termine im Haus zu vereinbaren oder sich bei den Firmen und Organisationen – also überall dort, wo man die Zielgruppe sieht – persönlich vorzustellen. Sales-Techniken wie das Verkaufsgespräch und die Telefonakquise sind daher ebenfalls Bestandteil des Seminars.

HOSPITALITY MANAGEMENT SCHOOL 2010

1. und 2. Februar

Qualifikationsmanagement
Referent: Tim Plasse
(Plasse Project GmbH, Eschborn)

1. und 2. März

Selbstmanagement
Referent: Klaus-Günther Wiesler
(Seehotel Wiesler, Titisee)

16. bis 18. April

Wine Camp Frühling
Leitung: Andreas Bender
(German Hill GmbH)

10. und 11. Mai

Leadership und Motivation
Referent: Jean-Georges Ploner
(Pencom Deutschland GmbH, Frankfurt)

7. und 8. Juni

Strukturiertes F & B Management
Referent: Matthias Schöneberger
(Mosch Mosch GmbH, Frankfurt)

6. und 7. September

Leadership und Motivation
Referent: Jean-Georges Ploner
(Pencom Deutschland GmbH, Frankfurt)

29. bis 31. Oktober

Wine Camp Herbst
Leitung: Andreas Bender
(German Hill GmbH)

1. und 2. November

Betriebswirtschaft und Controlling
Referent: Tobias Jäkel
(Mosch Mosch GmbH, Frankfurt)

Informationen unter www.fbma.de • Anmeldung unter www.wihoga.de



TERMINE

18. und 19. Oktober 2009

Regionalmeeting Nord
Mercure Hotel Hamburg
An der Messe

25. und 26. Oktober 2009

Regionalmeeting Südwest

15. und 16. November 2009

Herbsttagung
Kameha Grand Bonn

6. und 7. Dezember 2009

Regionalmeeting West
Gasthaus in Unna

23. bis 25. April 2010

Jahreshauptversammlung,
Verleihung der »Brillat Savarin-
Plakette«, Baden-Baden

VORSCHAU auf den Herbst

Das FBMA-Meeting der Region Südwest findet am 25. und 26. Oktober im Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe in Zweiflingen statt

Das 66-Zimmer-Haus ist das älteste Mitglied der Vereinigung Relais & Châteaux. Vergangenes Jahr belegte es im »Hornstein Ranking« den ersten Platz in der Kategorie »Die Landhotels in Deutschland« und den sechsten Platz in der Rubrik »Die besten Restaurants in den Bundesländern«. Um diesen Anspruch zu wahren, steht den insgesamt drei Restaurants des Hotels seit April Boris Benecke vor – ein Zwei-Sterne-Koch, der zuvor in der Schweiz arbeitete und dort vom »Großen Restaurant & Hotel Guide« zum »Aufsteiger des Jahres 2008« gekürt wurde.

Auf dem Programm des Meetings steht zum einen die Neuwahl der Regionaldirektion, zum anderen ein Vortrag von Berndt Reutemann, Hotelier und Geschäftsführer von Mindness Consult in Markdorf. Der »beratende Unternehmer« wird die FBMA'ler in seine Welt der Hotellerie einführen und unter dem Motto »Es geht auch anders« Tipps und Anregungen zu den Wünschen und Bedürfnissen der Gäste von heute vermitteln. Gelebt wird das Referierte von ihm und seinem Team im Mindness Hotel Bischofschloss, das für seine Servicekultur und die damit verbundene Kundenbegeisterung bereits mehrere Auszeichnungen erhielt, unter anderem den Preis für den »Dienstleister des Jahres 2008« des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg. »Unsere konsequente Orientierung an Werten wie Lebensqualität, Begeisterung, Spaß und Freude ist einer unserer wichtigsten Erfolgsfaktoren«, erklärt Reutemann. Th