



Presseinformation

Dumpingpreise statt leerer Hotelbetten?

HSMA Deutschland lässt Experten auf dem „Pricing und Distribution Day“ am 5. Mai 2009 zu Wort kommen

Lösungen in der Krise erfordern sofortiges Handeln

Bendorf, 26. März 2009 – Wie sollen die Hoteliers der Wirtschaftskrise begegnen? Budgets für Geschäftsreisen werden gekürzt, Privatreisende planen konservativ in diesen unsicheren Zeiten, Hotelinsolvenzen drohen. Können Dumpingraten die adäquate Reaktion auf leere Hotelbetten sein? Antworten auf diese Fragen gibt die HSMA Deutschland e. V. (Hospitality Sales und Marketing Association Deutschland e. V.) auf dem zweiten „Pricing und Distribution Day“.

Am 5. Mai 2009 lädt die HSMA Deutschland ins Sheraton Congress Hotel Frankfurt/Main zum Austausch ein. Hochkarätige Referenten wie Dr. Florian Bauer (Vocatus AG), Anton Leiner (Arabella Starwood), Carmen Dücker (Best Western), Malte Siewert (Trivago) sowie eine Reihe weiterer Experten stellen die neuesten Trends vor, vermitteln Informationen und zeigen Lösungen in der Krise auf. Die Veranstaltung richtet sich an Mitglieder und Interessierte – vom General Manager über Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Sales, Distribution, Marketing, Revenue Management und IT bis hin zu Hotelinhabern. Das Themenspektrum ist für die Privathotellerie gleichermaßen spannend wie für die Kettenhotellerie und Vermittler von Hotelzimmern.

Das Thema „Pricing“ und „Distribution“ in der Krise wird zunehmend zu der entscheidenden Frage für die Hotellerie. Das Tagungsgeschäft bricht zusammen, die Dauer der Übernachtungen von Geschäftsreisenden verkürzt sich. Die Branche kann nicht mehr planen, weil die Buchungen immer kurzfristiger werden. Experten rechnen mit einer Marktbereinigung in den nächsten zwei bis drei Jahren, allein schon im letzten Jahr waren 3.000 Hotelinsolvenzen zu verzeichnen. Die Lage ist ernst, neue Wege müssen beschritten werden. "Der Markt steht unter einem starken Druck, insbesondere die Geschäfts- und Tagungshotels. Ich empfehle, dass wir alle versuchen, die Preise stabil zu halten. Eine kurzfristige Preissenkung hätte zur Folge, dass die gesamte Hotellerie verliert. Wir als Anbieter und die Kunden müssen erkennen, dass wir in einem Boot sitzen! In der Distribution gewinnen Online-Aktivitäten aller Art zunehmend an Bedeutung. Darüber hinaus ist es wichtig, mit unseren langfristigen Partnern wie MICE-Agenturen, Reisebüros und Tour Operators eine wettbewerbsfähige Basis zu schaffen", erläutert Anton Leiner, Director Luxury Sales von Arabella Starwood die Perspektiven.

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

Geschäftsstelle:
HSMA Deutschland e.V.
Im Wenigerbachtal 8-25
56170 Bendorf

Tel. 02622-907380
Fax 02622-9073829
Email info@hsma.de
www.hsma.de

HSMA Deutschland e.V.
Sparkasse Koblenz
BLZ 570 501 20
Konto-Nr. 23 007 644

Eingetragen beim
AG Koblenz
VR 4775

"Gerade in Krisenzeiten reagieren die Gäste extrem preissensibel, so dass die Bedeutung von Metasuchen im Internet jüngst signifikant zugenommen hat. Preisvergleiche wie trivago werden immer wichtiger, weil Reisende mittlerweile das Internet besser verstehen und nur noch beim günstigsten Anbieter buchen wollen. Zur Zeit verschlafen die Hoteliers die Chance, auf Metasuchen präsent zu sein. Meine Empfehlung an Hotelketten ist, dieses Marktsegment aktiv zu nutzen", beschreibt Malte Siewert, General Manager von trivago, neue Distributionswege.

Die Tagesveranstaltung analysiert in mehreren Vorträgen die aktuelle Marktsituation und blickt dabei auch in die Zukunft der Branche. Die heutige Preis- und Distributionsstrategie muss den Wirtschaftsstandort Deutschland und die Chancen und Risiken der Hotellerie von morgen ins Visier nehmen. „Kurzfristiger Preisaktionismus kann nicht die Lösung für eine gesunde Entwicklung der Branche sein. Fehler, die wir heute in Form von Dumpingpreisen machen, lassen sich nicht mehr auffangen. Langfristig müssen die Raten in Deutschland sogar noch gesteigert werden. Stellt sich Deutschland dem internationalen Vergleich, muss konstatiert werden, dass die Preisgestaltung hierzulande noch ein großes Potenzial hat, das es strategisch auszunutzen gilt. Und wir müssen offen für neue Distributionsstrategien sein“, bewertet Haakon Herbst, Vorstand der HSMA, die aktuelle Situation. Vor diesem Hintergrund gibt die HSMA in der Krise wichtige Hilfestellungen.

In Plenumsvorträgen und Foren mit den Themen „Pricing“, „Distribution“ und „Revenue“ werden Erfahrungen ausgetauscht und gemeinsam Lösungswege aus der Krise entwickelt. Networking und konzertiertes Handeln aller Hoteliers sind weitere Ziele des Branchentreffens. Es beginnt am 4. Mai 2009 mit einem Get-Together, bei dem die Geschäftsführenden Vorstände der HSMA Deutschland e. V. Haakon Herbst, Fritz Pütz und Thomas Edelkamp die Experten und Gäste begrüßen.

Teilnahmegebühr ab 235 Euro. Akkreditierung für Journalisten kostenfrei.

Weitere Informationen zum Programm und den Referenten:

<http://pricing-distribution-day.hsma.de/go/programm>

HSMA Deutschland e.V.

Die HSMA (Hospitality Sales und Marketing Association) Deutschland e.V. ist der Verband der Sales- und Marketingfachkräfte in Hotellerie und Tourismus. Sie bildet das Netzwerk und den Wissenspool zu allen relevanten Sales & Marketing Themen der Hospitality Branche.

Hier trifft die geballte Kompetenz von über 800 Mitgliedern zusammen. Mit dem Expertenkreis verfügt der Verband über ein Gremium, welches das gebündelte Markt-Know How zusammenfasst und auch von der IHA (Hotelverband Deutschland) als offizielles Organ für den Bereich Sales & Marketing genutzt wird. Hier trifft die geballte Kompetenz von über 800 Mitgliedern zusammen.

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

Geschäftsstelle:
HSMA Deutschland e.V.
Im Wenigerbachtal 8-25
56170 Bendorf

Tel. 02622-907380
Fax 02622-9073829
Email info@hsma.de
www.hsma.de

HSMA Deutschland e.V.
Sparkasse Koblenz
BLZ 570 501 20
Konto-Nr. 23 007 644

Eingetragen beim
AG Koblenz
VR 4775



Mit dem Expertenkreis verfügt der Verband über ein Gremium, welches das gebündelte Markt-Know How zusammenfasst und auch von der IHA (Hotelverband Deutschland) als offizielles Organ für den Bereich Sales & Marketing genutzt wird.

Neben einer Vielzahl von fortbildenden Veranstaltungen zu aktuellen Branchenthemen, schätzen die Mitglieder der HSMA vor allem das hochkarätige Netzwerk und den direkten Kontakt untereinander, der in der Hospitalitybranche unabdingbar ist.

Pressekontakt, Programmanforderung und Anmeldung:

HSMA Deutschland e. V.

Phillipine Racz

Fon: +49 (0) 2622/9 07 38 0

Fax: +49 (0) 2622/9 07 38 29

E-Mail: racz@hsma.de

www.hsma.de

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

Geschäftsstelle:
HSMA Deutschland e.V.
Im Wenigerbachtal 8-25
56170 Bendorf

Tel. 02622-907380
Fax 02622-9073829
Email info@hsma.de
www.hsma.de

HSMA Deutschland e.V.
Sparkasse Koblenz
BLZ 570 501 20
Konto-Nr. 23 007 644

Eingetragen beim
AG Koblenz
VR 4775