

Session 8: OTA - wohin geht die Entwicklung?

Moderator: Andreas Liebrich, HSLU

Über welche Kanäle werden die Zimmer bei den Teilnehmer-Hotels gebucht?

Anteile OTA	Online Direkt	Andere (MICE / Tel.)
30%	70%	
9%	9%	82%
15%	85%	
20%	20%	60%

Es gibt aber auch Hotels mit 80% OTA-Anteil.

Wissen die Hoteliers, was mit den Preisen passiert? Haben sie Überblick / Kontrolle über ihre online Preise?

Da Booking.com oder weitere Wholesaler noch weitere Preisabschläge machen dürfen, wissen die Hotels zum Teil den Zimmerpreis erst, wenn die Buchungsbestätigung eintrifft.

Jedoch können auch die Wholesaler den Schlusspreis nicht immer selbst bestimmen. Es kann immer wieder vorkommen, dass Booking oder Expedia Kontingente aufkauft und diese günstiger online stellt (Booking.com durchsucht aktiv die Plattformen der Wholesaler). Die meisten Angebote (ca. 80-90%) der anwesenden Wholesaler sind online jedoch nicht sichtbar, da sie keine «alles-muss-weg»-Preispolitik betreiben.

Die oben genannte Booking/Expedia - Methode ist in der Schweiz nicht zulässig und bei Expedia ist es möglich, diese Such-Funktion zu deaktivieren. Weiter hat der Hotelier auch die Möglichkeit, den Wholesaler zu informieren, dass er nicht will, dass sein Angebot online gestellt wird.

Es kann jedoch immer passieren, dass man plötzlich ein Angebot in Übersee findet, ohne dass der Wholesaler oder das Hotel darüber informiert ist.

Vorteile und Kriterien OTA

Wie entscheidet Ihr, ob ihr mit einem OTA/Wholesaler zusammenarbeitet?

Vorteile / Kriterien OTA:	Preisabschläge:
<ul style="list-style-type: none">- neuer Kanal / neue Zielgruppe / neue Märkte / neuer Kundenkontakt- je nach Konditionen (z.B. 5 fixe Zimmer jeden Tag)- Zusatzumsatz- Neu-Eröffnung eines Hauses / Kundenakquise- Erhöhung Reichweite- viele OTA's wie CTrip / secretescape für Boutiquehotel	<ul style="list-style-type: none">- GeniusTravel- Wholesaler, die Preise gestalten- Rundungsdifferenzen- Booking durchsucht auch Wholesaler
Vorteile Direkt Booking:	
<ul style="list-style-type: none">- weniger Kommissionen	

Google und Booking.com

Was macht Google? Metasearch.

Da Booking.com der beste Kunde von Google ist, muss Google ein besseres Angebot programmieren, als Booking.com bereits anbietet.

Gemäss Insidern ist Booking.com ein Übernahmekandidat. Es wird vermutet, dass Booking von Google übernommen werden könnte. Da Booking.com die wertvollste Tourismusfirma auf dem Markt ist, kann nur ein grosser Player Booking.com übernehmen (z.B. Google).

Booking.com weitet sein Angebot fortlaufend aus (FeWo/ Städtebesichtigungen/Aktivitäten, etc.)

Wohin geht die Entwicklung bei Airbnb?

Airbnb ist zu klein und verfügt über zu wenig Entwickler. Jedoch entwickelt sich auch Airbnb weiter, will Aktivitäten verkaufen und ins MICE-Geschäft einsteigen.

Neuerdings kann man (mit einem gewissen Aufwand) auch einzelne Hotelzimmer bei Airbnb online stellen und dies zu deutlich günstigeren Konditionen als bei anderen OTAs. Airbnb kann als weiterer Vertriebskanal in Betracht gezogen werden.

Weitere relevante Buchungs-Plattformen:

- Ctrip
- makemytrip
- IBEX
- Subscribers-Listen (erst nach dem Einloggen und Bezahlen der Fee, erfährt man als Bucher den Preis)

Wer gibt noch Abschlag, wenn ein Gast anruft?

Niemand der Anwesenden; der online-Preis ist der günstigste.

Non-refundable Rates: wer nutzt die?

Die meisten Anwesenden.

OTA & /vs. Direktbuchungen		ibex	
ANTEILE		Online	Andere
OTA	Direkt		
30%	9%	70%	82%
9%	20%	85%	60%
15%			
20%			

Vorteile OTA/Kriterien	Preisabschläge
<ul style="list-style-type: none">□ Neuer Kanal / Zielgruppe□ Zusatzumsatz+ Eröffnung Haus/Konkurrenz+ Reichweite+ viele OTA's (Trip secretescape für Boutique)	<ul style="list-style-type: none">- Genius- Wholesaler, die Preise gestalten- Rundungsdifferenzen- booking durchsucht auch Wholesaler
<u>Vorteile Direkt</u>	
<ul style="list-style-type: none">- weniger Kommissionen	

Google

- Was macht Google??
- booking: Übernahmekandidat
- Air BnB: Wohin? Lehnt sich das für Hotels
 - ↳ (noch)weniger Kommission

Fragen

□ !