

Hotelangebote auf ebay: Auktionshaus und Dienstleister profilieren sich

Online-Kick mit Rack Rate-Geschmack



Augsburg (1.9.2006). Vor drei Jahren noch als Exote belächelt, heute ein wichtiger Marketingpartner für Hotels: Wer diese Woche das Online-Auktionshaus ebay nach Reisen absuchte, fand am Dienstag allein in dieser Rubrik 16.311 "Artikel". Das Standard-Reise-Angebot aus zwei Übernachtungen mit Frühstück zum festgelegten Zeitpunkt bekommt ab Mitte September Konkurrenz: ebay pusht Last Minute-Angebote. Ausserdem arbeiten die Experten an der direkten Buchbarkeit zu konkreten Terminen. Auch unter ebays Hotel-

Dienstleistern kristallisieren sich neue Profile heraus. Alle wollen nur eins: weg vom Billig-Image des Auktionshauses. Schliesslich verkaufen viele Hotels bei ebay auf Rack Rate-Niveau.

Ob Wellness-Entspanntage, Verliebt-Verlobt-Paket oder Super-Last-Minute... Den phantasievollen Arrangement-Namen sind keine Grenzen gesetzt. Nur den Preisen: Sie schnellen einzig so hoch, wie die Bieter es wollen. Der Endpreis entscheidet sich immer in den letzten Minuten der Versteigerung. ebay-Freaks lieben den Kick.

Dabei bezahlen sie oft mehr als wenn sie direkt im Hotel gebucht hätten. "Die Preise, die wir im Durchschnitt erzielen, liegen etwa bei 70% des Normalpreises vom Hotel," berichtet Korbinian G. Penzkofer von Animod Services aus Köln. Zwischen 150 und 180 Euro beträgt damit etwa der erzielte Preis für ein Zwei-Tages-Arrangement.

Animod ist einer von über zehn professionellen "ebay-Verkäufern", die auf die Hotelbranche spezialisiert sind. Grundsätzlich unterscheidet ebay drei Typen von Anbietern:

1. Ein Verkäufer wickelt für das Hotel alles komplett ab und verkauft die Angebote unter seinem eigenen Namen.
2. Das Hotel nutzt die Software und Dienstleistung eines Drittanbieters, verkauft aber unter eigenem Namen.
3. Das Hotel verkauft selbst.

Dienstleister Animod gehört zur ersten Gruppe; die hotelboxx aus Bremen oder auch Cultuzz aus Berlin stehen für Gruppe zwei. Und Roman Schmitt könnte für Gruppe 3 stehen, obwohl er seine Angebote über hotelboxx einstellen lässt. Doch er engagiert sich trotzdem noch persönlich. Der Direktor des Upstalsboom Strandhotel aus dem Nordseeheilbad Wangerooge beispielsweise "spielt" bewusst mit der Plattform. Er testet in ebay neue Arrangements aus, bevor er sie ins offizielle Programm aufnimmt. "Die Zeiten, in denen man ebay nachsagte, damit nur auslastungsschwache Zeiten füllen zu können, sind längst vorbei," berichtet der Ferienhotelier, der ganzjährig bei Wind und Wetter im äussersten Norden Deutschlands 81 Zimmer vermarkten muss.

Dank Auktionen weiss er jetzt mehr über das Online-Buchungsverhalten seiner Gäste: Die meisten wollen ihre Ferien zu einem bestimmten Zeitraum buchen; also gibt er Termine vor. Offeriert er ein Wellnesspaket, sollte dieses eine feste Leistung beinhalten und diese einem festen Tag zugeordnet sein; so steuert er die Auslastung der Wellnessabteilung in schwachen Belegungsphasen, vor allem in den Wintermonaten.

"Wir gewinnen neue Gäste über ebay!" Roman Schmitt ist glücklich. Mit einer wesentlich teureren Zeitungsanzeige würde er vielleicht zehn Gäste zusätzlich akquirieren, schätzt er. Über ebay kommen definitiv mehr ins Haus. Seine Online-Statistik verrät, dass sich je nach Auktion allein zwischen 300 und 800 Personen beteiligen.

Schmitt lässt, wie erwähnt, seine Angebote von www.hotelboxx.com einstellen. Hinter hotelboxx steht Marco Nussbaum, Geschäftsführer der betreibenden PHR Management GmbH. Nussbaum kennen viele aus seiner Sales- und Marketing-Zeit bei NH Hoteles und davor bei Astron Hotels Deutschland. Astron war die Pilot-Hotelgruppe gewesen, mit der ebay 2001 die ersten Hotelangebote online stellte. Ein Jahr später folgten die Dorint Hotels - und heute sind es hunderte von Hotels, die sich aufs virtuelle Versteigerungsparkett wagen.

"Gemessen am möglichen Umsatz sind die Vertriebskosten überschaubar", rechnet Nussbaum vor (siehe Tabelle). "Hotelketten setzen inzwischen mehr als eine Million Euro pro Jahr über ebay um, einzelne Häuser bis zu 10.000 Euro im



Marco Nussbaum

Monat." Zwischen 60 und 100 Auktionen pro Woche stellt hotelboxx bei ebay online. Als externer Dienstleister übernimmt der Spezialist von der Angebotseinstellung über die Abwicklung, Rechnungstellung und das Inkasso bis hin zum Reporting alles für den Hotelier. Trotzdem taucht im Internet der Name des Hotels im Angebot auf - nicht der des Mittlers.

"Wir beraten den Hotelier rundum, wir gestalten probeweise Auktionen für ihn, wir trainieren seine Mitarbeiter," erläutert Nussbaum. "Wir verstehen uns ganz klar als Partner für die Vermarktung der Restkapazitäten im Hotel!" Wie andere Anbieter auch nutzt hotelboxx hier die verschiedenen ebay-Tools, zu denen neben der Versteigerung auch noch "Sofort kaufen"-Pakete gehören. Diese offerieren Hotelaufenthalte zum Festpreis.

Reiner Berater oder Fullservice-Agentur mit Extras

Animod will mehr und wartet künftig mit erweiterten Dienstleistungen auf. Anfangs bot die ebay-Agentur

kunterbunte "Artikel" über das Online-Auktionshaus an; seit Mitte 2004 konzentriert sich das Unternehmen nur noch auf Hotelangebote. Die 4- und 5-Sterne-Häuser hat Animod fest im Visier; die 25 Drei-Sterne-Hotels der "preiswerttagen.de"-Kooperation sind unter ihren festen Kunden eine Ausnahme.

Eigenen Worten zufolge hat Animod als einziger Hotelanbieter bei ebay bislang bereits "Power-Auktionen" gepflegt. In diesen Fällen wird nicht ein Gutschein pro Auktion freigegeben, sondern es erhalten gleich zwei oder drei Bieter den Zuschlag.

Nun will Animod zur Fullservice-Agentur für Hoteliers werden: Neben den ebay-Auktionen offeriert sie formulierungsschwachen Hoteliers künftig Unterstützung beim Texten der Arrangements. Ausserdem gibt es seit zwei Wochen einen Relaunch des Shops unter dem Link (www.animod.eu). Dort können die Hoteliers ausgefeiltere, originellere Angebote und auch teurere Spezial-Arrangements einstellen und sich so vom ebay-Standardprodukt abheben.

Den Reisegutschein, den Animod wie andere Dienstleister auch als "hardcopy" an den Kunden schickt, erhält künftig neues Gewicht: Der Hotelier kann dieser Aussendung z.B. noch Wellnessprospekte oder Give-Aways beilegen. "So kann der Hoteliers zusätzlich verkaufen," argumentiert Animods Marketing-Manager Korbinian G. Penzkofer. All das lässt sich Animod aber auch vergüten (siehe Tabelle).

Damit entwickeln auch die ebay-Verkäufer eigene Profile. Schliesslich ist es schwer, mit Marktführer Cultuzz aus Berlin mitzuhalten, der laut Michael Hughes, Global Director Sales & Marketing, heute über 2.500 Hotelkunden in allen Segmenten hat und rund 120.000 Auktionen im Jahr initiiert. Die Hotels tauchen bei Cultuzz aber unter ihrem eigenen Namen auf.

Als ältester ebay-Hotel-Partner (seit 2000) hat Hughes aktuell folgende Trends analysiert: Am besten verkaufen sich über ebay 4- und 5-Sterne-Hotels, Angebote mit Wellness- oder Erlebnisfaktor, die attraktive Destination oder der originelle Inhalt des Angebotes! "Kettenhotels mögen durch ihren bekannten Markennamen vielleicht 20% der Buchungen auf sich ziehen, am Ende aber zählt der Inhalt. Und da sind viele kleine Häuser sehr erfolgreich," resümiert Hughes. Cultuzz berät die Hotels auch darin, mit welchen Extras und Services sie ihre Arrangements attraktiver machen können.



Korbinian G. Penzkofer

Über die Auktionen erzielt Cultuzz bei einer 3-Tages-Reise durchschnittlich 250 Euro. Dass einzelne Hotels Preise oberhalb ihrer Rack Rate erzielen, sei nicht ungewöhnlich. Denn ebay-Kunden bieten nicht mit, weil sie ein Schnäppchen wollen, sondern den emotionalen Kick brauchen: 62% von ihnen suchen den "thrill", die Herausforderung.

Die Zusammenarbeit zwischen Cultuzz und ebay wird künftig noch enger werden: Gemeinsam will man die Märkte Grossbritannien und Frankreich angehen und in Indien sogar ein gemeinsames Büro eröffnen. ebay ist offensichtlich dankbar für den Hotelprofi an seiner Seite: Denn wie Karim Lankarany, Senior Category Manager Reise, andeutet, muss noch vieles bei ebay vereinfacht und damit optimiert werden.

So sollen sich ab diesem Monat die Suchmaschinenfunktionen weiter verfeinern und es werden mehr Fotos zu den einzelnen Hotels eingestellt. Darüber hinaus will Lankarany weg vom zeitlich begrenzten Reiseverkauf via Gutschein und hin zur direkt buchbaren Reise, die zum Wunschdatum des Kunden bereitsteht. Mitte September startet ebay mit Last Minute-Offerten. "Ein grosses Potential!" wittert ebay, ebenso wie die Modifizierung der Angebote um

Zusatzleistungen: So soll der Kunde zur Übernachtung bald auch einen Mietwagen oder eine Stadtführung mitbuchen können. "Von einem Reisebüro sind wir noch weit entfernt!", wehrt der ebay-Reise-Manager ab. Bis dahin aber drehen sich auf ebay alle zehn Tage rund 8.000 Angebote. Das ist viel Masse für die ebay-Klasse. / Maria Pütz-Willems

Was kostet der Vertriebskanal ebay?

	hotelboxx	Animod	Cultuzz
Einrichtungspauschale	150 Euro, einmalig	keine	125 Euro, einmalig
Kontoführungsgebühren	11 Euro monatlich	keine	keine
Porto Gutscheinversand	1,67 Euro	keine	keine
ebay-Gebühren *			
Dienstleister-Provision pro Auktion	10%	16,1%	7%
Sonstiges			10 Euro pro Monat als Systemgebühr

* Die ebay-Gebühren sind in der Regel für alle gleich und gestaffelt.

Detaillierte Infos dazu gibt der Link <http://pages.ebay.de/help/sell/fees.html>

26.5.2006 Analyse der Angebote und Käufe im Online-Auktionshaus eBay



• (map)

zurück