

Die Expertin weiss Rat

Der Hotelier als Steuermann



LESLIE MÜLLER
ist Product Managerin bei STC.
Sie beantwortet an dieser
Stelle alle zwei Wochen
Fragen rund um STC und
deren Dienstleistungsangebot.

Der viel gepriesene Begriff «USP» wird in der modernen, online-orientierten Marketingwelt gerne vernachlässigt. Dabei ist «Einzigartigkeit» nach wie vor ein Prädikat, das in der Hotellerie klare Wettbewerbsvorteile bietet – sofern die Besonderheiten selbstbewusst gelebt werden.

Sie wollen Seminare durchführen, gleichzeitig spezialisierte Bike-Packages verkaufen, etwas Wellness anbieten, chinesische Gäste anziehen und dazu noch familienfreundlich sein. Kurz gesagt: auf allen Hochzeiten gleichzeitig tanzen. Ein viel gehegter Hoteliers-Traum. Doch so manche sind bei dessen Umsetzung schon gestolpert. Solche Allrounder-Hotels bieten zwar von allem ein bisschen, aber leider nur wenig Überzeugendes. Passen Sie auf, sich nicht zu verzetteln, und besinnen Sie sich auf die wahren Stärken Ihres Betriebes. Tun Sie das, was Sie wirklich gut können, und tun Sie es besser als alle anderen. Eine klare Positionierung braucht zwar Mut, eine Prise Risikobereitschaft und Durchhaltewillen, bezahlt sich erfahrungsgemäss aber allemal aus.

Welche Vorteile bringt eine klare Positionierung?

Ein Betrieb ohne Positionierungsstrategie ist wie ein Schiff ohne Steuermann im grossen Hotelmeer. Und bekanntlich gilt: Wer nicht selbst steuert, wird gesteuert. Ohne jegliche Kontrolle wird Ihr Haus wahllos externen Einflüssen unterworfen und von Mitbewerbern, Kunden, Mitarbeitenden und Banken in Be-

drängnis gebracht. Nehmen Sie deshalb das Steuer rechtzeitig selbst in die Hand und bestimmen Sie eigenständig über Ihre Zukunft.

Auch wenn es von so manchen angestrebt wird: Den Ansprüchen von sämtlichen Gästesegmenten gerecht zu werden, ist schlicht unmöglich. Weist Ihr Haus eine klare Positionierung auf, beispielsweise als Familienhotel wie das Märchenhotel Braunwald oder als Weinhotel wie das erfolgreiche Hotel Weinmesser im österreichischen Schenna, so haben Sie es auch gar nicht mehr nötig, für alle Zielgruppen gleichzeitig attraktiv zu sein. Es reicht, sich auf Ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren. Machen Sie also lieber eine einzige Sache, dafür richtig gut. Die Zahlen sprechen für sich: Betriebe mit Mut zur Positionierung weisen Studien zufolge allesamt überdurchschnittlich hohe Auslastungen auf und sind wirtschaftlich erfolgreicher.

Wie kann ich mein Hotel von der Konkurrenz differenzieren?

In einer Ära des Überflusses und des Überangebots an Hoteldienstleistungen sucht der Kunde nach Einzigartigkeit. Erweist sich die Hotellandschaft für den Gast nämlich als undurchschaubarer Einheitsbrei, so wird letztendlich der Preis zum ausschlaggebenden Kriterium. Versinken Sie deshalb nicht als einer unter vielen und schütteln Sie Ihr Graumaus-Image ab. «Seien Sie anders!», lautet die Devise. Doch wie geht «anders sein»? Durchleuchten Sie Ihr Produkt und finden Sie Ihre wahren Stärken. Was können Sie besser als alle anderen? Was macht Ihren Betrieb einzigartig? Zugegeben, nicht bei jedem Hotel ist der USP, also das, was sie von anderen positiv abhebt, bereits von vorneherein gegeben. Oft muss dieser erst erarbeitet werden. Doch seien Sie



Das Hotel Castell in Zuoz positioniert sich mit einem einzigartigen Wellnessangebot.

Schweiz Tourismus/Tina Steinauer

versichert, Einzigartigkeit kann sehr wohl entwickelt werden. Eine Positionierung erfasst längst nicht nur Äusserlichkeiten und materielle Gegebenheiten, heute sind es oft immaterielle Aspekte, die dem Gast in Erinnerung bleiben: aufrichtige Freude bei der Ankunft, ein Wandertipp oder das Frühstück zur Mittagszeit für Langschläfer.

Welche Kooperationsmöglichkeiten bieten sich an?

hotelleriesuisse bietet ihren Mitgliedern die Möglichkeit, mittels einer Spezialisierung eine marktgerechte Positionierung zu erlangen. Zur Auswahl steht eine breite Palette an verschiedenen Spezialisierungskategorien von «Golf» über «Ausgezeichnete Küche», «Wellness I oder II» bis hin zu «Design & Lifestyle». Ob ein Betrieb die Kriterien einer ausgewählten Kategorie erfüllt, wird regelmässig von externen Auditoren überprüft. Diese Zertifizierung schafft einen Mehrwert für Gast sowie

Hotelier und unterstützt Sie in einer klaren Abgrenzung zu Ihren Mitbewerbern. Weiter offeriert Schweiz Tourismus seinen Mitgliedern attraktive Unterkunfts Kooperationen. Damit profitieren Sie nicht nur von der Integration in Marketingkampagnen in insgesamt 26 Ländern, Sie erlangen auch das Eintrittsticket zu einer Vielzahl von spannenden Promotionsmöglichkeiten in auflagestarken Print- sowie Onlinemedien wie Publikationen in der Coop-Zeitung, bei Migros Cumulus, im UBS-Key-Club-Magazin und viele mehr.

Sämtliche weiterführenden Informationen zu den verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten mit hotelleriesuisse sowie Schweiz Tourismus finden Sie unter www.hotelleriesuisse.ch unter der Rubrik «Spezialisierungen» sowie unter www.stnet.ch unter «Unterkunftsmarketing».

STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

STC Switzerland Travel Centre, eine Tochtergesellschaft von hotelleriesuisse, SBB und Schweiz Tourismus, vertreibt Schweizer Hotel- und Bahndienstleistungen weltweit. STC bietet Schweizer Hotels einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu Direktkunden und Veranstaltern weltweit sowie zu attraktiven Angebotskampagnen in der Schweiz.



Haben Sie Fragen an STC?
Telefon 043 210 55 15
(Mo–Fr, 8–17 Uhr)

E-Mail:
hotelhelpdesk@stc.ch

ANZEIGE

Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

Preferred Partner

Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden

Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz

Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr

Der Partner rund ums Bett

Ihr Partner für die globale Risikoverwaltung

Backoffice Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Wir machen Hotels erfolgreicher. Und dies beweisen wir tagtäglich

Das Beste für Ihre Gäste

Innovative Wäsche aus traditionellem Haus

Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen

Business Partner

HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Wir halten ständig über 6000 Artikel in unserem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit.

Klafs ist Europas führender Hersteller von Sauna-, Bade- und Wellness-Anlagen. Seit Jahrzehnten setzen unsere Produkte Massstäbe in Qualität, Technik und Design, von der klassischen Sauna bis zum modernen Erlebnisbad.

Am 1. Dezember 1914 wurde das Unternehmen Officine Alfieri Maserati gegründet. Seitdem hat Maserati Sportwagengeschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.