

Der Experte weiss Rat

# Hoteltonight als Nischen-Player



**Gianluca Marongiu**  
ist Revenue Consultant. Er beantwortet an dieser Stelle regelmässig Ihre Fragen zu Revenue Management.

**Frage:** Airbnb war kürzlich wieder in den Schlagzeilen mit der Akquisition von Hoteltonight. Macht es für mein individuelles Hotel Sinn, auf diese Plattformen aufzuspringen?

**Antwort:** Schon im Januar wurde über eine Akquisition von Hoteltonight gemunkelt, nun ist es konkret, und Airbnb wird die Plattform bis im Juni für ca. 400 Millionen akquirieren. Diese Schlagzeile alleine sagt viel aus über die Richtung, die Airbnb in Bezug auf Hotels einschlagen wird. Für Airbnb-User sind individuelle Hotels eine gute Alternative zu gehosteten Wohnungen. Sogenannte «Boutique Hotel Properties», die von der Airbnb-Community stark nachgefragt werden.

Das sind grundsätzlich für individuelle Hotels sehr gute News. Denn mit der Stärkung durch Hoteltonight gewinnt Airbnb Marktanteile und mischt so den Hotelmarkt neu auf. Indirekt kommen die zwei Hotelgiganten Expedia und Priceline unter Druck, was aus mehreren Gründen zugunsten des Hoteliers ausfällt. Airbnb und Hoteltonight verlangen gegenüber den Giganten weniger Kommissionen und stärken den Gästemix der individuellen Hotellerie.

Hoteltonight, bekannt als Lastminute-App, hat auch in Europa Fuss gefasst und ist als Distributionskanal für Individualhotels sehr spannend. Es differenziert sich gegenüber anderen OTAs ziemlich stark durch die innovative Technologie und die kundennahe Beziehung. Im Gegensatz zu anderen Kanälen präferiert Hoteltonight individuelle Hotels an guter Lage und versucht, den Kunden nicht mit einer gros-



In der Airbnb-Community steigt die Nachfrage nach individuellen Hotels. D.Petkovic/Montage htr

sen Hotelauswahl zu überfordern. Weiter bietet die App viele Optionen, wie zum Beispiel ein ausgedachtes Loyalty-Programm sowie einen Concierge-Service. Man kann also sagen, dass es eine Next-Generation-OTA ist, die in einem dichten Markt ihre Nische gefunden hat.

In der Tat sind die Synergien zwischen den zwei Firmen gross. Auch Airbnb pflegt die Nähe zum Kunden und punktet im technologischen Bereich mit Innovationen, wie zum Beispiel der Experience-Plattform. Umso spannender wird das Cross-Selling

der zwei Gäste-Communities werden, die sich zwar vom Gästetyp ziemlich ähnlich sind, aber bei der Buchung sich klar unterscheiden respektive sich gut ergänzen. Während Hoteltonight-Kunden kurzfristig einen kurzen Aufenthalt buchen, sieht es bei Airbnb umgekehrt aus. Die Vorausbuchungsfrist ist deutlich höher und die Aufenthaltsdauer sehr attraktiv.

Diese Gründe machen diese Plattformen in ihrer neuen Kombination besonders sympathisch. Denn jeder Hotelier eines

Individualhotels freut sich, seine letzten Zimmer zu verkaufen sowie weit im Voraus Buchungen mit erhöhter Aufenthaltsdauer zu erhalten. In beiden Fällen ist der Hotelier auch bereit, mit dem Preis entgegenzukommen, schlussendlich bedeutet das also für alle drei Parteien einen Gewinn.

Wir können also gespannt sein auf den Markteintritt in der Hotellerie, denn diese neue Stärke wird zu neuen Wegen und Gästen führen. Was den Erfolg der zwei Firmen ausmacht, ist eine klare Kundenpositionierung. In Zeiten, wo Hotelketten- und OTA-Giganten dominieren, tut es dem Einzelhotelier gut, eine neue Vermarktungsmöglichkeit zu haben, wo er allenfalls als Individualhotel bevorzugt wird. Dementsprechend empfehlen wir eine offensive Haltung und eine Partizipation, anstatt Airbnb als reinen Apartmenttrend zu sehen.

Wir empfehlen Individualhotels, via eigenem Channel Manager oder CRS zu prüfen, ob eine Schnittstelle zu den beiden Kanälen vorhanden ist. Neue innovative Technologien bieten diese Möglichkeiten. Wir empfehlen dann, ein Agreement mit den Kanälen zu suchen, sich technologisch anzubinden und gespannt neue Gäste abzuwarten.

## Haben Sie Fragen an Gianluca Marongiu?

Schreiben Sie eine E-Mail an Gianluca Marongiu, SHS Swiss Hospitality Solutions AG: [g.marongiu@swisshospitalitysolutions.ch](mailto:g.marongiu@swisshospitalitysolutions.ch)

ANZEIGE



## Polar kommt ins Paradies.

Polar Comestibles heisst ab 1. April 2019 neu Frischeparadies. Mehr Angebot für die Gastronomie mit den Ihnen vertrauten Ansprechpartnern und der gleichen Telefon-Nr. 061 717 92 40. [frischeparadies.ch](http://frischeparadies.ch)



FRISCHE PARADIES