

Agenturleistung gegen Hotelgutscheine: Weg aus der Krise für Hotels?

Sicherstellung professioneller Online-Marketing-Betreuung trotz Liquiditätsproblemen im Tourismus

Hoteliers sehen sich aktuell mit erheblichen wirtschaftlichen Konsequenzen der Maßnahmen zur Eindämmung von COVID-19 konfrontiert. Experten sind sich einig: Gezieltes Online Marketing wird für die Zeit nach der Corona-Krise ein Schlüsselfaktor für die Rückkehr auf die Erfolgsstraße sein, entsprechende Maßnahmen gelte es bereits jetzt vorzubereiten. Zur Sicherstellung einer professionellen Online-Marketing-Betreuung trotz möglicher Liquiditätsprobleme bietet die auf Tourismus spezialisierte Online-Marketingagentur NCM eine österreichweit einzigartige Lösung an: Hotels können Agenturleistungen ab sofort mit Zimmernächten auf Gutscheinbasis bezahlen - nach dem Motto „leere Zimmer gegen Dienstleistung“. Der künftige Erfolg im Online Marketing wird dadurch ohne Einfluss auf die Liquidität des Hotelbetriebes sichergestellt.

WIFO-Ökonom **Oliver Fritz** erklärt am 20.03.2020 in einer ersten Analyse zu den Auswirkungen der Coronakrise: „Eine Erholung der Tourismuswirtschaft muss mit begleitenden Maßnahmen einhergehen, wobei vor allem gezielten Marketingaktivitäten nach Wiedereröffnung der Betriebe notwendig erscheinen, die bereits jetzt vorzubereiten sind.“ Dabei gelte es aber, die Liquiditätslage des Hotelbetriebes im Auge zu behalten: „Es ist offensichtlich, dass die Hotellerie einen deutlichen Einbruch erleben wird. Maßnahmen, um gegenzusteuern, müssen sehr rasch getroffen werden. Zudem ist es inmitten eines so gravierenden Ereignisses unabdinglich, die Ertrags- und Liquiditätslage permanent zu überprüfen“, so **Marco Riederer** von der Prodingler Beratergruppe.

Zahlreiche Betriebe setzen im Marketingbereich auf die professionelle Unterstützung von Agenturen. Die auf Tourismus spezialisierte Online-Marketingagentur **NCM** bietet Hotels nun eine innovative Möglichkeit, Agenturleistungen trotz Liquiditätsengpässes (weiterhin) in Anspruch zu nehmen.

Agenturleistung gegen leeres Zimmer

Über den Gutscheinvermarkter „Hoxami“ haben Hoteliers die Möglichkeit, bestimmte Leistungen mit Zimmernächten auf Gutscheinbasis zu finanzieren. Hoxami erhält Hotelgutscheine in einer bestimmten Höhe und begleicht im Gegenzug die offene Rechnung des Leistungserbringers. NCM-Geschäftsführer **Michael Mrazek**: „Gerade in Krisenzeiten sollte die Tourismuswirtschaft nicht beim Online Marketing sparen müssen. Als einzige Internetagentur in Österreich hat NCM durch eine österreichweit einzigartige Exklusivvereinbarung eine optimale Lösung für Betriebe in dieser schweren Zeit erarbeitet. Ob Online-Marketing, Webseite, Kampagne inkl. Schaltbudgets, SEO oder Ads – bei NCM wird mit nicht verkauften Zimmern bezahlt! So können diese Leistungen dann in Anspruch genommen werden, wenn sie am meisten gebraucht werden - um nach der Krise wieder voll durchzustarten.“ Das praxiserprobte Gutscheinsystem sei in anderen Branchen bereits länger im Einsatz und habe sich bestens bewährt, für den Agenturbereich in Österreich sei es aber ein Novum.

Touristisches Gutscheinmodell „nach Verfügbarkeit“

Die Hoxami Touristik-Handel GmbH - ein Unternehmen der SST Touristik Vertrieb GmbH - übernimmt die Eingangsrechnung des Hotels und erhält im Gegenzug ansonsten leerbleibende Zimmer auf Gutscheinbasis. Hoxami bietet die ausgegebenen Gutscheine dann auf diversen Online-Vertriebskanälen wie ebay, limango, etc. zum Verkauf an – ohne Terminrecht für den Käufer. Der Hotelier kann also bestimmen, wann der Gast anreist, kann so ganz gezielt seine

Auslastung in schwachen Zeiten steigern und hat sogar das Recht, bestimmte Sperrzeiten für die Einlösung der Gutscheine zu vereinbaren. Zudem werden damit i.d.R. neue Gästeschieden angesprochen – mit dem Potential, Stammgäste aus ihnen zu machen.

„Die Gutscheine werden inkognito und ausschließlich online verkauft, also ohne den Hotelnamen groß zu erwähnen. Damit haben die Gutscheine keinerlei Auswirkungen auf die allgemeine Preisstruktur des Hotels“, erklärt **Gerhard Sperrer**, Geschäftsführer der Hoxami Touristik-Handel GmbH. „Die Gutscheine sind 3 Jahre gültig und werden in der Regel nicht sofort eingelöst. So verteilen sich die Kosten auf mehrere Jahre. Erfahrungen zeigen zudem, dass 10 bis 15% der verkauften Gutscheine gar nie eingelöst werden“, so Sperrer. Und er geht noch einen Schritt weiter: „Ein Hotelier, ‚der rechnen kann‘, wird nicht erst bei Liquiditätsengpässen leere Zimmer, die er sonst nicht loswerden würde, für die Übernahme von Rechnungen anbieten, sondern das Modell in seinen Finanzierungsmix integrieren“, empfiehlt Gerhard Sperrer.

Studie bestätigt: Gutscheinmodell als Alternative in Distribution & Finanzierung

Die Prodinge Beratergruppe präsentierte im Januar 2020 eine Studie über die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen von Kompensationsmodellen, konkret touristischen Gutscheinmodellen, bei denen Gutscheine „nach Verfügbarkeit“ eingelöst werden. **Thomas Reizenzahn**, Geschäftsführer in der Prodinge Beratergruppe: „Tatsache ist, dass den Hoteliers oft nicht genug liquide Mittel für notwendige Investitionen zur Verfügung stehen – und das teuerste im Hotel ist ein leeres Bett!“ Die Ergebnisse der Analyse würden zeigen, dass der Gutscheinvertrieb vor allem für die gehobene Hotellerie interessant sei. Durch die Erweiterung des Vertriebsmixes und die Übernahme bestehender Rechnungen durch Hoxami kann sowohl der GOP als auch der Cashflow positiv beeinflusst werden. Die gesamte Studie kann [hier](#) nachgelesen werden.