

Hotelident, die Kunst der Vollbelegung, hat sich zum Ziel gesetzt, kreativ und preisgünstig die in jedem Hotel vorhandenen Ressourcen zu nutzen, um die Zimmerbelegung zu steigern. **FIRST CLASS** sprach mit Michaela Voss, der Inhaberin des Ochsenfurter Unternehmens, über ihre Strategie.



Der

Ideengeber für Hotels erweitert sein Dienstleistungsspektrum

Frau Voss, Hotelident versteht sich in der Kunst der Vollbelegung von Hotels. Wie gelingt Ihnen das?

Im Mittelpunkt unserer Aktivitäten steht der Blick des Gastes. Darauf stimmen wir unsere individuellen Marketingkonzepte und die Öffentlichkeitsarbeit für das Hotel ebenso ab wie innenarchitektonische Umgestaltungen und Dekorationen. Alles ist aus einer Hand, denn unser Team setzt sich aus Spezialisten aus den genannten Bereichen zusammen. Ich selbst bin Betriebswirtin und Innenarchitektin – beide Arbeitsfelder



Michaela Voss

lassen sich optimal miteinander verbinden. Der Erfolg gibt uns recht: Wir erreichen in den von uns betreuten Häusern eine verbesserte Belegungsrate zwischen 20 und 60 %.

Sie arbeiten v.a. mit kleinen und mittelständischen Hotels

zusammen. Welches Potenzial nutzen Sie bei diesen Häusern?

Kleinere bzw. Inhaber geführte Hotels sind sehr viel eher bereit, innerbetriebliche Veränderungen vorzunehmen. Zudem können sie schneller reagieren und flexibler arbeiten. Darin liegt ihr großes Potenzial, ebenso wie in der Chance die Alleinstellung herauszuarbeiten und das Haus als Geheimtipp zu positionieren.

◀ Eine Wohlfühl-atmosphäre und einen gelungenen Generationenwechsel konnte Hotelident im Hotel Bei den Tongruben bei Hanau initiieren.

Ab Juni 2006 wollen Sie Ihren Service um den so genannten Hotelident-Zirkel erweitern? Was verstehen Sie darunter?

Ein Großteil unserer Kunden wünscht nach Abschluss der Grundbetreuung weiterhin eine Begleitung. Mit Hotelident-Zirkel bieten wir ihnen die Möglichkeit, sich kontinuierlich und zugleich individuell weitervermarkten zu lassen. Die Eintrittskarte ist die genannte Grundbetreuung. Sie stellt sicher, dass die am Hotelident-Zirkel teilnehmenden Häuser einem gewissen Standard entsprechen, die jeweilige Alleinstellung herausgearbeitet ist. Im Anschluss daran sollen kontinuierlich maßgeschneiderte Empfehlungen für die verbesserte Belegung erfolgen. Dabei kann der Kunde auf seine Bedürfnisse zugeschnittene Bausteine wählen – angefangen bei der individuellen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über die permanente Aktualisierung der Internetinhalte bis hin zur jahreszeitlichen Dekoration, um nur einige Module zu nennen. Der Kunde legt sich jährlich auf bestimmte Schwerpunkte fest, und wir richten unsere Arbeit an seinen erklärten Zielen entspre-

chend aus. Zudem ermöglichen zwei jährliche Treffen des Zirkels den Kollegenaustausch sowie neue Impulse durch unsere Vorträge und Nutzenworkshops. Die ersten Vorgespräche stießen auf großes Interesse.

Neben dem Hotelident-Zirkel wollen Sie wieder verstärkt innenarchitektonische Dienstleistungen in den Fokus rücken – warum?

Die Kunst der Vollbelegung, d.h. eine kreative Vermarktung, kann nicht isoliert von der Hardware, den Hausangeboten gesehen werden. Hier spielt die innenarchitektonische Gestaltung eine große Rolle, denn sie trägt maßgeblich zur emotionalen Erinnerung des Gastes bei. Dabei reicht unser innenarchitektonisches Spektrum, je nach Kundenwunsch, von der Konzeption und Planung über Ausschreibungen, Angebotsausarbeitungen und Vergabegespräche bis hin zur Bauabwicklung und Ausdecoration mit Accessoires. Entscheidend für den Hotelier: Wir arbeiten lieferantenunabhängig, wobei der Kunde von günstigen Preisen profitiert. Vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg bei der Einführung des neuen Angebots. syk

