



«Spannende Website ist unabdingbar»

INTERLAKEN Fluch und Segen von Buchungsplattformen: Welche Rolle spielt der Marktleader Booking.com? Roland Schegg vom Institut für Tourismus HES-SO Wallis beleuchtet die rasante Entwicklung im Buchungsverhalten beim Wirtschaftstreffen des Handels- und Industrievereins HIV Sektion Interlaken-Oberhasli.

«Ein paar Klicks und man ist im Bild über Preise, Angebote, Verfügbarkeit eines Hotelzimmers im gewünschten Ort. Ein, zwei Schritte mehr und die Betten sind reserviert, bezahlt. Über 30 Prozent der Hotelbuchungen werden in der Schweiz über Buchungsplattformen reserviert. Tendenz steigend. In den Städten liegt die Rate schon bald über der Hälfte dieser Buchungen», sagt Roland Schegg. Als Professor am Institut für Tourismus HES-SO Wallis ist er ausgewiesener Kenner der Kommunikationstechnologien. Seit über zehn Jahren verfolgt er die rasant wachsenden Onlinevertriebskanäle im Tourismus.

Schön und gut für den Kunden, doch wie sieht es aus mit der Abhängigkeit der Hotels gegenüber den Vermittlern? Führt die Dominanz grosser Buchungsplattformen zu einseitigen Verträgen mit überhöhten



Experte Roland Schegg.

Kommissionen? Fluch oder Segen? Wie kann ein Hotelier mit dem zunehmenden Verhalten der Kunden leben, wie im Onlinemarkt effizient auftreten?

Neue Tools beherrschen

«Digitale Medien sind heute Standard im gesamten Reiseprozess der Kunden. Die globalen Player nutzen digitale Technologien in industrieller Weise und dominieren weite Teile des Reiseprozesses von der Pla-

nung über die Buchung bis zur Bestätigung», weiss Roland Schegg aus seinen Studien. «Nur wer selber massiv ins digitale Marketing investiert und die neuen Tools beherrscht, wird wahrgenommen und kann selber direkt Umsatz generieren. Eine aktuelle, spannende Website ist unabdingbar für Direktbuchungen», ist Roland Schegg überzeugt.

Vorstösse gegen Knebelverträge

Politische Vorstösse – wie die «Lex Booking.com» als Motion lanciert von Ständerat Pirmin Bischof – verlangen vom Bundesrat gesetzliche Massnahmen gegen missbräuchliche «Knebelverträge» mit durchschnittlich 13,5 Prozent Kommission. Die Hotellerie soll gegenüber den Buchungsplattformen geschützt werden, die versucht sind, ihre Marktstärke auszuspielen. Sogenannte Preisparitätsklauseln seien zu verbieten, Klauseln, die es dem Hotelier untersagen, günstigere Preise auf seiner eigenen Website anzubieten, als Booking.com sie publiziert. *Peter Wenger*