

Vortragender:

DI Thomas Thaler (Tiscover)

Zur Person:

Herr DI. Thaler ist seit 5 Jahren bei Tiscover tätig und hält an der Universität Innsbruck Vorlesungen zum Thema Performance Marketing im Studiengang der Betriebswirtschaftslehre.

Das Unternehmen TISCOVER:

Tiscover ist die 3 größte Buchungsplattform im Vertrieb von touristischen Dienstleistungen in Österreich.

Das Unternehmen bietet Beherbergungsbetrieben und Tourismusverbänden die Möglichkeit, sich auf einer Plattform zu präsentieren und verfügbare Zimmer anzubieten. Im April 2008 stieg HRS als Hauptaktionär bei Tiscover ein, um neben der Stadthotellerie auch die Ferienhotellerie anbieten zu können.

Der Vortrag:

Zu Beginn des Vortrages gibt Herr Thaler Antwort auf die Frage: *Was sucht der Gast?*

Wichtig für die Anbieter touristischer Leistungen, betreffend die Kaufentscheidung der Gäste ist, dass touristische Produkte weder testbar noch umtauschbar sind. Allem voran steht der Faktor Zeit, da dieser für den Gast ein kostbares Gut darstellt und nicht mehr zurückgegeben werden kann.

Dem Gast sind meist weder Orts noch Bundesländernamen bekannt bzw. bewusst, da er sich bei seiner Suche nach dem Urlaubsgebiet rein auf Regions- bzw. Destinationsnamen konzentriert.

Herr DI Thaler bezeichnet folgende Kriterien als ausschlaggebend für die Urlaubsentscheidung:

- Wann werde ich meinen Urlaub verbringen?
- Wie hoch ist mein Budget?
- Was will ich in meinem Urlaub machen?
- Wo will ich Urlaub machen?

Diese Aspekte sollen bei der Angebotsgestaltung vom Hotelier berücksichtigt werden, um noch besser auf die Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden eingehen zu können.

Desweiteren ist es wichtig dem Gast nur relevante bzw. verfügbare Betten anzuzeigen, welche er untereinander vergleichen kann.

Die Präsentation baut auf 3 Kernfragen auf, mit denen sich Hoteliers beschäftigen.

### *1. Warum genügt die reine Buchungsanfrage nicht?*

Herr Thaler verweist auf eine schlechte Auslastung im Zusammenhang mit den Vollbelegungstagen in der Österreichischen Hotellerie. Am Beginn der Einführung von Tiscover wurden nur Anfragen generiert, und diese an die Hoteliers weitergeleitet. Mittlerweile ist auch die direkte Buchung und Bezahlung mittels Kreditkarte möglich bzw. standard.

Jährlich werden ca. 8000 Testanfragen durchgeführt mit dem Ergebnis, dass 25 % aller Anfragen gar nicht, und 30% nur mangelhaft beantwortet werden.

Diese Zahlen sollten den Hoteliers zu denken geben, da auch der online-Vertrieb Geld kostet. Herr Thaler betonte, dass ein leeres und nicht verkaufte Zimmer dem Unternehmer mehr Kosten verursacht als in den Vertrieb zu investieren. Deshalb solle man dies immer in Relation sehen.

### *2. Drücken Buchungsportale den Preis?*

Bei diesem Punkt will Herr Thaler klar stellen, dass der Hotelier, und nicht Tiscover, die angegebenen Preise definiert.

Letztendlich entscheidet jedoch immer noch der Gast, ob der den Preis annimmt oder nicht. Vergleichsmöglichkeiten im Internet, wie z. B. holidaycheck, kommen ihm dabei zu Gute.

Weiters schlägt Herr Thaler vor, die Sortierung der Angebote immer nach dem Preis zu richten, da die meisten Kunden bei vielen Anbietern nach dem jeweiligen Bestpreis suchen.

Das Variieren von Preisen auch in der Ferienhotellerie, nach Ferienzeiten und der gleichen, wird vom Vortragenden als künftig essentiell angesehen um den Kunden eine bessere Preistransparenz vermitteln zu können.

### 3. *Buchungs- und Stornobedingungen?*

Bei diesem Thema splitten die Meinungen auseinander, da der Gast eine andere Ansicht hat als der Hotelier und seine Vorteile hervorheben will.

Tiscover bietet verschiedene Preise für gleiche Zimmer an. Der Gast hat die Möglichkeit den geringsten Preis zu bekommen. Dies allerdings nur, wenn er die kurzfristigen Stornobedingungen des Hoteliers in Kauf nimmt. HRS macht es außerdem möglich, Zimmer bis 18:00 am Tag der Buchung kostenlos zu stornieren.

Betreffend die Buchungsbedingungen macht Herr Thaler darauf aufmerksam, dass der Gast immer kurzfristiger und flexibler agiert. Aufgezwungene Modelle, wie die Buchung nur von Samstag bis Samstag, sind daher nicht mehr zeitgemäß und sollten von den Unterkunftsanbietern überdacht werden.

#### Zusammenfassung der Fragen und Antworten im Anschluss an die Präsentation:

- Ab dem ersten Quartal 2009 sind die Anbieter von Unterkünften auf Tiscover auch mit HRS verlinkt und auch buchbar.
- Durchgestrichene, sogenannte „last-minute-Preise“, gibt immer der Hotelier ein. Damit hat er die Möglichkeit kurzfristig auf die Auslastung zu reagieren.
- Die Webseite [www.tiscover.at](http://www.tiscover.at) genießt derzeit nur einen Traffic von ca. 3% durch direkte Eingabe der URL Adresse.

Die meisten User gelangen über die organische Suche, mittels des Premiumpartners *google*, auf die Homepage. Aus diesem Grunde forciert Tiscover auch die Suchmaschinen-Optimierung.

- Tiscover bietet als Plattform auch eine Reihe von Zusatzinformationen an, wie sie beispielsweise auf der hoteleigenen Webseite zu finden sind.

Konkret deutet dies:

Wird auf Tiscover ein Hotel angezeigt, erhält der User automatisch auch Informationen über den Ort, andere touristische Einrichtungen, diverse Veranstaltungen, Schneelage und Wetter.

- Tiscover ermöglicht auch die Wartung durch Fremdsysteme. Nimmt der Hotelier mittels seiner eigenen Hotelsoftware Änderungen vor, werden diese automatisch übernommen.