

TOURISMUS

Verderbliches Gut

Das Kölner Unternehmen HRS beherrscht den Online-Markt für Übernachtungen – sehr zum Ärger der Hoteliers. Die fürchten um ihren Profit.

Die Sanduhr ist legendär. Sie gewährte den Hoteliers ein paar Minuten Zeit. Wer nicht schnell genug unterschrieb, war draußen. Er wurde nicht in den „Hotel Directory“ aufgenommen, den zentimeterdicken Hotelkatalog des Kölner Unternehmers Robert Ragge.

Die Eieruhr gibt es immer noch, sie steht inzwischen im Büro von Ragges Sohn Tobias, dem heutigen Chef von HRS. Aus dem Katalog wurde inzwischen ein Buchungsportal für Hotelzimmer im Internet. Die Uhr habe symbolischen Charakter, sagt Ragge junior. „Irgendwann kamen immer mehr Hoteliers zu meinem Vater und boten ihre Zimmer an, da musste die Zeit einfach im Auge behalten werden.“

Der Senior hatte den „Hotel Reservation Service“ 1972 in einem ehemaligen Gemüseladen in Köln gegründet. Er wollte vor allem Geschäftsreisenden, die zu den Messen kamen, Hotelzimmer zu guten Preisen anbieten. 1986 erschien der erste HRS-Katalog mit 2500 Hotels, ab Mitte der achtziger Jahre arbeitete man mit einem eigenen, computergestützten Reservierungssystem, und schon 1995 wurde die Web-Seite www.hrs.de freigeschaltet.

Heute bietet HRS über 250 000 Hotels in 180 Ländern an. Das Unternehmen hat im Schnitt sechs Millionen Nutzer im Monat und 25 000 Unternehmen als Firmenkunden, es erwirtschaftet mit mehr als 550 Mitarbeitern in Köln, Shanghai, London, Paris, Rom, Warschau, Moskau und Istanbul einen Umsatz von über hundert Millionen Euro.

Aber die Kölner wollen mehr. Im Oktober übernahmen sie die Mehrheit von hotel.de, mit einem Umsatz von zuletzt rund 36 Millionen Euro die Nummer drei im Markt. Neben HRS gibt es damit nur noch zwei relevante Online-Hotel-Portale: booking.com und expedia.de.

Mehr als jedes zweite Hotelbett wird inzwischen im Netz gesucht und gebucht, schätzt der Hotel-Branchenverband IHA, Tendenz steigend. Mit Hilfe der Portale ist es ein Leichtes, Preise und Angebote zu vergleichen – zum Vorteil der Kunden. „Portale wie HRS haben



Hotelanlage in der Türkei: „Portale haben die Preishoheit an sich gezogen“

in den vergangenen Jahren die Preishoheit an sich gezogen – und die Preise sind dadurch definitiv nicht gestiegen“, sagt der Branchenexperte Stephan Gerhard.

Kein Wunder also, dass sich die Begeisterung über den Zusammenschluss von HRS und hotel.de bei den Hotelanbietern in Grenzen hält. Die müssen für jede Vermittlung 13 Prozent des Übernachtungspreises an HRS zahlen. Viele Hotels bekommen ihre Gäste kaum noch auf anderen Wegen. „Die Abhängigkeit ist groß, denn es gibt kein verderblicheres Gut als ein Hotelzimmer“, sagt IHA-Geschäftsführer Markus Luthé. „Deshalb erliegen viele Hotels bei schwacher Auslastung auch der Versuchung, ihre Zimmerpreise auf den Buchungsportalen mit großer Verbreitung herabzusetzen – auch wenn sie sich damit langfristig selbst schädigen.“

Wie hilflos die Anbieter dem Vertriebsweg über das Netz inzwischen ausgeliefert sind, zeigt das Eckpunktepapier zum fairen Miteinander, das der europäische Hoteldachverband vor einem knappen Jahr veröffentlicht hat. Man wolle die Hoheit über Raten und Produkte behalten, heißt es da, und poche auf transparente Kriterien zur Platzierung auf den Ergebnislisten. Provisionszahlungen für Betten, die reserviert, aber nicht in Anspruch genommen würden, verbitte man sich.

HRS-Chef Ragge wundert die Aufregung. „Wir sind lediglich Vermittler, die Angebot und Nachfrage zusammenführen.“ HRS habe seit knapp zehn Jahren mit die günstigsten Konditionen, die für kleine wie große Hotels gleich seien. „Ohne unsere günstige Vertriebsleistung ist es für mittelständische Häuser wie ein ‚Hotel zur Post‘ schwieriger, an Gäste zu kommen.“

Das Wachstum des Portals soll künftig vor allem aus dem Ausland kommen, in China, Russland und Osteuropa sieht das Unternehmen riesiges Potential. Allein in China buchen 30 Millionen Menschen ihre Hotels online, und das sind erst sechs Prozent der Internetnutzer.

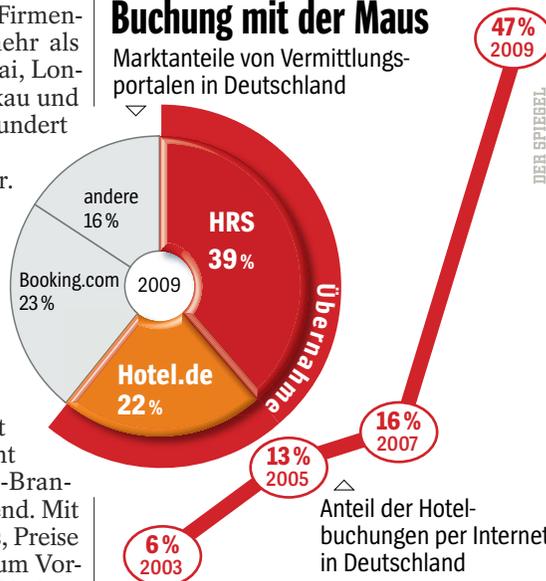
Nach Branchenschätzungen soll sich China bis 2013 zum weltweit zweitgrößten Reise- und Tourismusmarkt nach den USA entwickeln, und HRS will davon profitieren. „Schon jetzt bietet HRS Hotels in chinesischen Städten an, von denen ich noch nicht mal den Namen kenne“, staunt Branchenexperte Gerhard.

Beim Kartellamt ist die Übernahme von hotel.de durch HRS im Übrigen nicht angemeldet worden. Das wird erst notwendig, wenn die Umsatzschwelle von 500 Millionen Euro überschritten wird. Das ist bei HRS nicht der Fall – noch nicht.

SUSANNE AMANN

Buchung mit der Maus

Marktanteile von Vermittlungsportalen in Deutschland



Quelle: Hotelverband Deutschland; Marktstudie 2011