



Keine Diskont-Schiene im Weißen Rössl am Wolfgangsee, sondern Mehrwert mit Qualität. (OÖ. Tourismus)

## „Nur die Hotel-Preise zu senken, ist ein fataler Fehler“

**LINZ. Billig-Reisen oder Qualitätstourismus – wohin geht die Reise beim Preismanagement im Tourismus? Dieser Frage stellten sich die Diskutanten beim „Forum Tourismus & Freizeit“ am Freitag an der Johannes Kepler Universität (JKU).**

VON ELISABETH EIDENBERGER

„Die Preisspirale dreht sich nur in eine Richtung, nämlich nach unten. Die Frage ist, ob das auch richtig ist“, sagte Marketing-Professor Thomas Werani beim Forum organisiert vom OÖ. Tourismus gemeinsam mit der JKU. Es sei eine fatale Fehlkalkulation, sich immer nur auf den Preis zu konzentrieren.

„Senkt man den Preis, braucht man wesentlich mehr Absatz, um die im Tourismus

traditionell hohen Fixkosten abzudecken und tatsächlich auch den Umsatz zu steigern“, sagte der Experte. Es gehe vielmehr um die Steigerung des Nutzens für den Gast. „Wenn der Wert einer Leistung höher ist, ist auch die Preisbereitschaft der Gäste höher“, sagte er.

Mit Billig-Reisen äußerst erfolgreich ist Hans-Dieter Toth, Geschäftsführer von Eurotours, die die Hofer-Reisen betreiben. „Nur weil jemand gute Qualität zu einem niedrigeren Preis kauft, ist er doch kein schlechterer Kunde“, sagte Toth bei der Diskussion. Den Vorwurf, dass Hofer-Reisen den Preis für jene Hoteliers drücke, die nicht im Hofer-Reise-Angebot dabei sind, kenne er nur zu gut. „Sie sind selbst schuld, wenn sie uns

nicht wollen. Die können eben nicht rechnen“, sagte er.

Da traf er bei einem erklärten Diskont-Verweigerer einen Nerv: Helmut Peter, langjähriger Chef des Weißen Rössls am Wolfgangsee, kann mit Billig-Reisen gar nichts anfangen. „Wir wollen einen emotionalen Mehrwert für den Kunden schaffen über unseren Service und unsere Mitarbeiter, nicht über den Preis“, sagt er. Außerdem: „Wenn jemand einmal über Hofer billig in einem Hotel war, wird er sicher nicht zu einem teureren Tarif ohne Hofer wieder kommen.“

„Wir müssen genau das versuchen: Jene Gäste, die über Hofer-Reisen kommen, dazu zu bringen, wiederkommen. Und es darf nicht sein, dass Hofer-Kunden gegenüber Stammkunden beim Preis bevorzugt werden“, konterte Armin Falkner. Er betreibt fünf Hotels in Tirol und bietet in Zeiten schwacher Auslastung Zimmer über Hofer-Reisen an. So bekäme er mehr Auslastung und eine neue Kundenschicht.

„Beim Preismanagement gibt es kein richtig oder falsch“, fasste Karl Pramendorfer, Vorstand des OÖ. Tourismus, zusammen. Jedoch brauche es eine klare Linie der Unternehmer, die ihre Entscheidung dann auch konsequent umsetzen.



Falkner, Toth, Werani, Peter und Pramendorfer diskutierten.