

Marketing in der Krise

Jeder Unternehmer muss gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten versuchen, sein Geschäft durch intelligente Marketingmaßnahmen zu beleben. Hoteliers sind in diesen Dingen offenbar ganz besonders kreativ, wie eine aktuelle Pressemitteilung von **A&O Hotels and Hostels** eindrucksvoll unter Beweis stellt: »Karstadt, Quelle und die Retter der Konzerne«, so die verheißungsvolle Headline. Will das im brandenburgischen Beiersdorf ansässige Beherbergungsunternehmen tatsächlich deutsche Wirtschaftsgeschichte schreiben? Wird A&O dem Handelskonzern aus der Misere helfen? Drei Absätze weiter bricht der geschickt aufgebaute Spannungsbogen wieder in sich zusammen: nein, kein milliardenschweres Rettungs-



karsch@tophotel.de

paket aus Brandenburg, dafür aber um die Hälfte reduzierte Übernachtungspreise für Karstadt-Mitarbeiter. Na ja, immerhin! Solidarität sei das Motiv für diese großzügige Offerte, erklärt A&O-General Manager Oliver Winter. »Im Sumpf der ungewissen Zukunft« möchte die expandierende Budgethotelkette für einen »kleinen Trost« sorgen.

Diese Idee ist übrigens nicht neu. Vor einigen Wochen trat das Mercure Hotel Walsrode mit einem ähnlichen Angebot an die Presse heran: 20 Prozent Rabatt auf alle Touristik-Arrangements gewährte das Domizil in der Lüneburger Heide all jenen, die den Nachweis erbringen, derzeit von Kurzarbeit betroffen zu sein. Wie erfolgreich diese Marketingideen sind, vermag ich nicht zu beurteilen. Es stellt sich jedoch ernsthaft die Frage, ob man sich als Hotelier tatsächlich einen Gefallen mit derartigen Angeboten macht. Ich halte sie für bedenklich und leicht durchschaubar.

Eine weitere Nachricht sorgte kürzlich für Aufsehen: Das **Luxus-hotel Heiligendamm** hat eine Landesbürgschaft in Höhe von vier Millionen Euro erhalten. Mit dem Geld soll der Betrieb des Domizils gesichert werden. Die Reaktionen reichten von Unverständnis bis zur blanken Empörung. Wie die »Welt« berichtete, hatte das Hotel seinen Antrag mit unbefriedigenden wirtschaftlichen Ergebnissen in Folge der Wirtschafts- und Finanzkrise begründet und betont, davon sei die gehobene Hotellerie landesweit in besonderem Maße betroffen. »Eine solche Landesbürgschaft ist für die Branche untypisch«, sagte Michael Voigtländer, Immobilienexperte des Instituts der Deutschen Wirtschaft, gegenüber »Welt online«. In einem Leserbrief an die Ostsee-Zeitung machte sich Hotelmakler Roland F.W. Manke aus Strande Luft: »... Heiligendamm ist überflüssig wie ein Kropf. Ist Herr Jagdfeld pleite, ist Fundus pleite, mögen Sie bitte Insolvenz anmelden...« Der Unmut des Hotelmaklers ist verständlich, gibt es doch zahlreiche Beispiele für mittelständische Hoteliers, die unverschuldet in Not geraten sind und keine Landesmittel erhalten. Ungeachtet der aktuellen Probleme hält Jagdfeld an einem ambitionierten Investitionsprogramm in Heiligendamm fest. 20 Millionen Euro sollen unter anderem dafür verwendet werden, den Wellnessbereich zu verdoppeln.

Bleiben Sie gesund!
Herzlichst Ihr

Thomas Karsch
Chefredakteur

Job gesucht?
über **4700** Stellenangebote
unter www.tophotel.de