

HISTORIK HOTELS: Provisionsjägern ein Schnippchen schlagen

Pressemitteilung von: **HISTORIK HOTELS GmbH**

PR Agentur: der reporter Redaktionsbüro Holger Bernert



Hotelier Hartmut F. Thäns sieht die Marke HISTORIK HOTELS auf einem guten Weg.

Vor dem Hintergrund der jüngsten Provisionserhöhung des marktbeherrschenden Online-Hotelreservierungssystems macht sich Unmut in der Branche breit. Deshalb wollen über ein Drittel der deutschen Hoteliers wieder eigeninitiativ tätig werden. So das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage eines Branchenmagazins. Vor allem Hotels mit besonderem Flair und historischer Bausubstanz haben jetzt große Chancen, sich deutlich vom Markt abzuheben. Im Verbund der HISTORIK HOTELS können sich diese individuellen Häuser im Rahmen einer schlagkräftigen Partnerschaft präsentieren. Und das zu einem außergewöhnlich attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis. Wer ein Hotel für eine Geschäftsreise oder einen privaten Aufenthalt sucht, macht sich im Internet schlau. Bei der Recherche trifft man immer wieder auf Hotelbuchungsportale, die mit bis zu 15 Prozent Provision zu Buche schlagen. Und die Zeche zahlt der Hotelier. Deshalb wollen immer mehr Inhaber von privat geführten Hotels den eigenen Vertrieb stärken. „Nur gemeinsam können wir etwas gegen die scheinbare Übermacht einzelner Hotelbuchungsportale im Internet unternehmen“, weiß Hartmut F. Thäns, Kölner Hotelier und Gründer von HISTORIK HOTELS.

Da einzelne Häuser im Kampf um den Gast kaum Chancen haben, bietet HISTORIK HOTELS eine schlagkräftige Partnerschaft an. Im Mittelpunkt steht dabei eine Vernetzung von Hotels und Gasthäusern mit einer vergleichbaren Markenidentität. „Das Internet ist und bleibt eine ebenso wichtige wie richtige Vermarktungsplattform“, so Thäns weiter. „Schließlich ist der Gast nur einen Klick weit entfernt.“ Und wie das Konzept von HISTORIK HOTELS zeigt, geht das Vermittlungsgeschäft auch ganz ohne teure Provisionen.

Das Angebot richtet sich ausschließlich an individuelle Hotels und Gasthäuser mit historischem Bausubstanz. Vom Klassizismus bis hin zum Jugendstil ist alles dabei. Hartmut F. Thäns: „Wer bei uns Mitglied ist, bietet seinen Gästen neben einmaligem historischem Ambiente auch individuellen Service und modernen Komfort.“ Auf partnerschaftlicher Basis möchte HISTORIK HOTELS die individuelle Markenidentität der Mitgliedsbetriebe stärken und zielgruppenaffine Anlaufstelle für anspruchsvolle Gäste sein. In den letzten Jahren ist das Interesse an Übernachtungen in historischem Ambiente überproportional angestiegen. Das Potenzial ist also da.

In erster Linie richtet sich das Angebotsportfolio an kaufkräftige Generationen und alle diejenigen, die den architektonischen Reiz historischer Tradition hautnah miterleben möchten. Bei HISTORIK HOTELS findet der Gast auf einen Klick reizvolle Hotels, die sich mit Kurzpräsentation, Hotelkarte und Verlinkung auf die eigene Homepage mitsamt Möglichkeit zur Online-Buchung präsentieren. Im Mittelpunkt von HISTORIK HOTELS steht neben der gemeinsamen Markenidentität die historisch individuelle Geschichte der einzelnen Mitgliedshäuser. Durch ein Bündel von Marketingmaßnahmen wird das vorhandene Markenprofil sukzessive ausgebaut. Neben der Präsentation der privat geführten Hotels und Gasthäuser auf der gemeinsamen Internetplattform www.historikhoteles.com bauen die Betriebe das Partner-Logo in ihre eigene Website ein. Wer schon einmal ein Haus mit historischem Ambiente kennengelernt hat und zufrieden war, wird durch die Verlinkung auch auf die anderen Häuser bei HISTORIK HOTELS aufmerksam. Auf diese Weise wird ein Netzwerk mit wachsendem Bekanntheitsgrad aufgebaut. „All das sind Grundvoraussetzungen für eine lukrative Profilierung und Generierung von zusätzlichem Umsatz“, ergänzt Hartmut F. Thäns, der mit dem Hotel Viktoria in Köln selbst ein historisches Haus betreibt.

Mit jedem Klick potenzieller Gäste steigt gleichzeitig das Ranking bei den Suchmaschinen. Dies geschieht durch die gegenseitige Verlinkung der Partnerbetriebe. Gerade neue Partner von HISTORIK HOTELS können von Anfang an von dieser besseren SEO-Platzierung profitieren. Und die Gäste finden ihr persönliches Hotel oder Gasthaus viel schneller. Als flankierende Maßnahmen bietet der Hotelverbund neben der zentralen Vermarktung im Internet individuell abgestimmte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an. Dies geschieht durch einen gesonderten Prospekt in gedruckter Ausführung und einem hauseigenen Pressedienst für einschlägige Tourismusmedien.

Information: www.historikhoteles.com

Diese Pressemitteilung wurde auf openPR veröffentlicht.

Historik Hotels GmbH
Hartmut F. Thäns
Worringer Straße 23
D-50668 Köln
Telefon: 0221 / 97 31 72 150
Telefax: 0221 / 97 31 72 155
info@historikhoteles.com
www.historikhoteles.com

Pressekontakt:
der reporter
redaktionsbüro holger bernert
An der Geis 16
47228 Duisburg
Telefon 0 20 65 / 89 38 661
Fax 0 20 65 / 89 38 662
Mobil 0163 814 77 00
redaktion[at]der-reporter.net
www.der-reporter.net

Seit zehn Jahren bietet die in Köln ansässige HISTORIK HOTELS GmbH Hotels und Gasthäusern mit historischem Hintergrund eine profitable Vermarktungsplattform. Mit der für Gäste attraktiven Internetpräsenz www.historikhoteles.com sichert der Verbund seinen Partnern in der Privathotellerie den eigenständigen Vertrieb ihrer Leistungen als Mitglied. Der Erfolg baut dabei gezielt auf den individuellen Charakter des jeweiligen Hauses als prägnante Marke. Als Gründer von HISTORIK HOTELS und Geschäftsführer des Hotels Viktoria in Köln kennt sich der Kölner Hotelier Hartmut F. Thäns bestens in der Branche aus.