

1 **Wie Privat-Hoteliere nach dem Provisionsbeben** 2 **von HRS den eigenen Vertrieb stärken können...**

3
4 **Die Hotellerie-Branche bebt vor Zorn: 15 % Provision will HRS – Marktführer für**
5 **die elektronische Hotel-Reservierung – ab dem 01. März einkassieren. Das**
6 **verärgert – und lässt viele jetzt umdenken. 35 % der Hoteliere wollen wieder auf**
7 **mehr Eigeninitiative setzen – so eine Umfrage von Top hotel. Angebote sind**
8 **vorhanden: z. B. für historische Hotels und Gasthöfe. Denn die können sich als**
9 **Unikats-Häuser im Verbund von Historik Hotels® als Partner präsentieren.**

10
11
12 **Köln, März 2012:** Wer verreist, braucht ein Zimmer zum Übernachten. Das bucht der
13 moderne Zeitgenosse gerne im Internet – über ein Buchungsportal. Bequem, wie er
14 ist. Und der Branchenriese HRS macht's möglich. Sein Geschäftsmodell: Wer als
15 Hotelier angebunden ist, zahlt Provision. So weit, so funktionsfähig. Ab dem 01. März
16 2012 soll zwar nicht alles anders, dafür aber teurer werden. Denn HRS erhöht die
17 Provisionen offiziell von bisher knapp 13 % auf stolze 15 %. Die deutschen Hoteliere
18 laufen derzeit Sturm gegen das Kölner Online-Buchungsportal. Und laut einer Top
19 hotel-Umfrage sehen viele den Zeitpunkt für die Stärkung des eigenen Vertriebes jetzt
20 gekommen – ganze 35 %.

21
22 **Historik Hotels® – das Portal für historische Häuser**

23 Nach potentiellen Gästen im Internet Ausschau zu halten, bleibt dabei weiterhin eine
24 profitable Idee. Wenn da nicht das Einzelkämpfertum für Bedenken sorgte – und die
25 berechtigte Furcht, König Kunde könnte unbemerkt vorüberziehen – ins Haus
26 nebenan. Weil das nächste Zimmer im Internet nur einen Klick weit entfernt liegt.
27 Historik Hotels® tritt dem entschieden entgegen – mit der Vernetzung von Hotels und
28 Gasthäusern mit einer vergleichbaren Marken-Identität.

29
30 **Es geht auch ohne Provision – als Partner von Historik Hotels®**

31 Für die erfolgreiche Präsentation bleibt das Internet auch bei Historik Hotels® die
32 richtige Vermarktungsplattform. Aber es geht auch ohne provisionsgesteuerte
33 Vermittlung – wie der Verbund zeigt. Denn unter seinem Dach können sich Hotels und
34 Gasthäuser mit historischem Charme einem Netzwerk mit langjähriger Reputation
35 anschließen – eben Historik Hotels®.

36
37 **Marken-Identität „Historisches Haus“ – präsent auf www.historikhoteles.com**

38 Als Verbund individueller Hotels und Gasthäuser mit historischer Bausubstanz und
39 charmantem Wohnambiente, bietet Historik Hotels® Hoteliere über die Adresse
40 www.historikhoteles.com, eine zielgruppenaffine Anlaufstelle für anspruchsvolle Gäste,
41 die gerne den Geist historischer Tradition nacherleben. Ob Mittelalter, Klassizismus,
42 Historismus, Neoklassizismus, Gründerzeit oder Jugendstil – hier findet der potentielle

43 Gast reizvolle Hotels: mit Kurzpräsentation, Hotelkarte und Verlinkung zum Internet-
44 Auftritt bzw. Online-Buchung des einzelnen Hauses. Und genau da liegen die
45 Chancen für Hoteliere: sich konzentriert und prominent ihrer besonderen Zielgruppe
46 vorzustellen – z. B. der kaufkräftigen 50+-Generation. Unter der eigenen Marken-
47 Identität „Historie“ – und als Haus mit Unikats-Charakter.

48

49 **Historik Hotels® - so funktioniert das Netzwerk für die Privat-Hotellerie**

50 Die Idee hinter Historik Hotels als Anlaufstelle für die gezielte Hotel-Recherche ist
51 einfach: Das vorhandene Markenprofil eines privaten Hauses und seiner Geschichte
52 wird über ein Bündel von Maßnahmen ausgebaut. Neben der Präsentation der Privat-
53 Häuser auf www.historikhoteles.com selbst, realisiert das auf der eigenen Hotel-
54 Website zu implementierende Partner-Logo ein Netzwerk mit wachsendem
55 Bekanntheitsgrad. Gäste, die in einem bestimmten Haus historisches Ambiente
56 bereits genießen durften, werden so auch auf die anderen Häuser bei Historik Hotels®
57 aufmerksam: Grundvoraussetzung für eine lukrative Profilierung und die Generierung
58 von zusätzlichem Umsatz.

59

60 **SEO siegt: gut für Google – gut für Gäste**

61 Darüber hinaus steigt beim Suchmaschinen-Platzhirsch Google das Ranking des
62 einzelnen Hauses, das an Historik Hotels® angeschlossen ist. Denn die gegenseitigen
63 Links gut geranker Webauftritte „färben“ positiv auf die verlinkten Häuser ab. So dass
64 neue Partner gleich von einer besseren SEO-Platzierung profitieren – und bei Google
65 für Gäste besser gefunden werden.

66

67 **PR- und Öffentlichkeitsarbeit – flankierende Maßnahmen von Historik Hotels®**

68 Historik Hotels® bietet neben der zentralen Vermarktung via Internet flankierende PR-
69 und Öffentlichkeitsarbeit für angeschlossene Hotels und Gasthäuser. So gibt es einen
70 gesonderten Prospekt, den hauseigenen Pressedienst für die Reisepresse mit
71 regelmäßigen Veröffentlichungen sowie internationale Partner-Kooperationen.

72

73 **Über Historik Hotels®**

74 Historik Hotels® bietet seit 10 Jahren Häusern mit historischem Hintergrund eine
75 profitable Vermarktungsplattform. Mit seiner für Gäste attraktiven Internet-Präsenz –
76 www.historikhoteles.com – sichert Historik Hotels® seinen Partnern, den Privat-
77 Hoteliere, den eigenständigen Vertrieb ihrer Leistungen als Mitglied. Der Erfolg baut
78 dabei gezielt auf den Unikats-Charakter des jeweiligen Hauses als prägnante Marke.
79 Hartmut Thäns, Gründer von Historik Hotels®, kennt sich in der Branche Hotellerie als
80 Geschäftsführer des eigenen Kölner Hotels Viktoria mit Historie bestens aus.

81

82 **Weiterführende Links unter:**

83 <http://www.historikhotels.com/relaunch/de/hotelier.php>

84 <http://www.historikhotels.com/relaunch/de/>

85

86 ZUR VERÖFFENTLICHUNG FREIGEgeben

87 Belegexemplare oder Hinweise auf Internet-Publikation willkommen

88

89

Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen:

90

Historik Hotels GmbH

91

Herr Hartmut F. Thäns – GF

92

93

Worringer Straße 23

94

D-50668 Köln

95

96

Tel.: +49 (0) 221-973172-150

97

Fax: +49 (0) 221-973172-155

98

E-Mail: info@historikhotels.com