



Heike Mauritz, zuständig für Großkundenmarketing, und Peter Hildenbrand, stellvertretender Vertriebsleiter für Großkunden, sind auf dem Weg zu einer Besprechung.

BEQUEM INS BETT

Das Online-Reservierungssystem
hotel.de

Text Andreas Leitgeber · **Fotos** Birgit Fuder

Hotels reservieren war vor einigen Jahren, als das Internet noch nicht so leistungsfähig war, umständlich und teuer. Man musste auswählen, buchen, die Buchung bestätigen, die Rechnung bezahlen. Das dauerte. Heute geht das mit wenigen Klicks übers Internet. Die hotel.de AG ist seit sieben Jahren mit ihrer Geschäftsidee erfolgreich, Zimmer über das Internet anzubieten. Sie ermöglicht Reisenden und Hotels, schnell und unkompliziert miteinander ins Geschäft zu kommen. Während einige Internetanbieter der New Economy kompetent gestartet und verglüht sind, ist hotel.de an seinen Standorten Nürnberg und Hamm in Nordrhein-Westfalen erfolgreich.

Hauptsächlich Großunternehmen wie Lufthansa, SAP, Texas Instruments, Procter & Gamble und mittelständische Betriebe buchen über die Internetplattform hotel.de. Die Nutzer sparen Zeit und bekommen günstige Übernachtungspreise. Auch die Hotels kommen auf ihre Kosten und erweitern ihren potenziellen Kundenkreis. 2,2 Millionen Reisende übernachteten im vergangenen Jahr in Betten, die sie über hotel.de online gebucht hatten. Zwei Drittel sind Geschäftskunden, ein Drittel bestellt Zimmer für den privaten Trip über die Nürnberger Hotelreservierungsplattform. 15 Sprachen stehen zur Wahl. Jeden Monat vermittelt hotel.de mehr als 360 000 Übernachtungen. Hochgerechnet auf das Jahr ergibt das ein Buchungsvolumen von 306 Millionen Euro. Daraus erwirtschaftete die Aktiengesellschaft 2007 einen Umsatz von 26 Millionen Euro, da die Hotels für jede erfolgreiche Buchung circa zehn Prozent Provision bezahlen. Damit gehört das Unternehmen zu den großen Hotelreservierungsanbietern wie HRS – Hotel Reservation Service –, das bereits 1972 gegründet wurde und seinen Firmensitz in Köln hat.



„Die Hälfte aller Hotelbuchungen weltweit sind ganz einfache Vorgänge: unkomplizierte Zimmerwünsche in Großstädten und Ballungsräumen. Diese Reservierungen sind unsere Stärke, weil sie die Reisenden am Computer schnell selbst erledigen können“, sagt Heinz Raufer, Vorstandsvorsitzender von hotel.de. Muss eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter eines Unternehmens oder will ein Tourist auf Reisen gehen, dann zeigt hotel.de freie Betten an. Passen die Lage und der Preis, ist die Buchung in wenigen Minuten abgeschlossen. 210 000 Hotels sind zurzeit weltweit im Angebot. Pro Monat kommen 1 000 neue Hotels dazu. Dreiviertel der Kundschaft kommen aus Deutschland. Weil hotel.de keine Urlaubspakete anbietet, bestellen Privatkunden über hotel.de hauptsächlich Kurzurlaube, aber nicht den „All-inclusive-rund-um-sorglos-Jahresurlaub“.

Mit Gründerpreis ausgezeichnet

Die Nürnberger Heinz Raufer, Torsten Sturm, Stefan Morschheuser, die sich seit ihrem Studium an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg kennen, und Reinhard Wick aus Hamm haben 1998 die Internetplattform hotel.de ins Leben gerufen. 2001 gründeten sie die Aktiengesellschaft. Im Oktober 2006 ging hotel.de an die Börse, um seinen finanziellen Spielraum zu vergrößern. Heute arbeiten an den beiden Standorten am Marienbergpark in Nürnberg und in Hamm rund 500 Festangestellte, darunter 17 Auszubildende. Allein über 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen für die Kunden mit Rat und Tat rund um die Uhr das ganze Jahr über am Telefon zur Verfügung. Auch Kunden, die bei einer Buchung lieber erst einmal mit einem Menschen sprechen wollen, bevor sie ihre Daten in die Tastatur des Computers tippen, können anrufen. Neben der klassischen Zimmerreservierung bietet hotel.de auch an, Tagungen zu organisieren. Große Aktiengesellschaften wie Linde, E.ON, Deutsche Telekom oder Schering nutzen bereits dieses Angebot. 2006 bekam hotel.de den Deutschen Gründerpreis verliehen und Heinz Raufer wurde „Entrepreneur des Jahres“.

„Einer unserer ganz großen Vorteile ist, dass es keine zeitraubenden ‚Medienbrüche‘ durch den Wechsel von Telefon, Fax und Internet mehr gibt. Mit einer Eingabe kommt der ganze Vorgang ins Rollen und zum Abschluss“, sagt Peter Hildenbrand, stellvertre-

tender Vertriebsleiter für Großkunden. Dieser Service entlastet Unternehmen, eigenes Personal mit Zimmerreservierungen zu beschäftigen. „Wir integrieren unser hotel.de-Angebot so, dass es in den Intranetauftritt der Kunden passt. So haben wir das zum Beispiel bei Lufthansa und Bayer gemacht, die ihre weltweiten Hotelbuchungen über uns abwickeln“, sagt Heike Mauritz, Mitarbeiterin im Bereich Großkundenmarketing. Manchmal ist also hotel.de drin, auch wenn es nicht draufsteht.

Dirk Gerdom, als Abteilungsleiter des Global Travel Management zuständig für weltweit reibungsloses Reisen bei der SAP AG, ist mit der hotel.de-Software sehr zufrieden, weil sie leicht in andere Systeme eingebunden werden kann und kompatibel ist. Der Anbieter für Firmen-Software mit Stammsitz in Walldorf bei Heidelberg beschäftigt weltweit 44 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und hat 46 000 Kunden in 50 Ländern. Um die Kunden zu betreuen, müssen die Spezialisten für „Systeme, Anwendungen, Produkte in der Datenverarbeitung“ (SAP) auch viel reisen. „Und da ist es wichtig, ein gutes, zuverlässiges und bedienerfreundliches Hotelbuchungssystem wie hotel.de zu haben“, sagt Dirk Gerdom. Wie viele SAP-Mitarbeiter täglich in Hotels übernachten, will er nicht verraten, nur soviel, dass gute Hotelbuchungssysteme 15 Prozent Kosten eingespart haben. Denn damit können die Mitarbeiter am PC ihre Hotels selbst buchen und müssen nicht mehr über ein Reisebüro gehen. Guter Nebeneffekt ist, dass hotel.de immer die günstigsten Übernachtungspreise für Geschäftskunden anbietet. Deswegen wirbt hotel.de mit dem Spruch „einfach günstiger buchen“.

Im Frühjahr 2008 hat die hotel.de AG die Rechte an der Domain www.hotel.info gekauft, einem kostenlosen, internationalen Hotelbewertungs- und Buchungsportal. Übernachtungsgäste geben ihr Urteil über die Qualität von Hotels aus eigener Erfahrung ab. Diese aktuelle Einschätzung kann für andere Gäste hilfreich sein bei der Entscheidung für eine Unterkunft. Das Unternehmen hotel.de hat noch viel vor. „Unser Kerngeschäft wird nach wie vor die Hotelreservierung in Europa bleiben“, sagt Heinz Raufer. „Mittelfristig planen wir, uns behutsam auf andere Kontinente auszudehnen. Zukünftig bieten wir unseren Kunden auch an, über unsere Internetplattform Flugtickets und Mietautos zu bestellen.“ ■



Vorstandsvorsitzender Heinz Rauber zeigt einige Auszeichnungen, die ihm und hotel.de verliehen wurden.



Andrea Haidt, Assistentin Corporate Marketing, Reiner Friedewald, Software-Entwickler, Peter Hildenbrand und Heike Mauritz (von links) überlegen sich, wie sie weitere Unternehmen für hotel.de gewinnen können.