



CHECKLISTE

Hotelorganisationen

Welcher Partner passt zu mir?

Eine langfristige Zusammenarbeit mit einer internationalen Hotelorganisation ist eine der wichtigsten strategischen Entscheidungen für individuelle Hotels. Die nachfolgenden Kriterien sollen

interessierte Hoteliers dabei unterstützen, eine fundierte und professionelle Entscheidung zu treffen. Sie erheben allerdings keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Hotelportfolio

Passt Ihr Betrieb zum Hotelportfolio des Anbieters? Kriterien können bspw. sein: Hoteltypen, Hotelkategorien, Standorte, Hotelgrößen, Zielgruppen etc.

Bekanntheitsgrad des Anbieters

Die Präsenz am Markt, die Bekanntheit einer Marke bei Kunden und das Image des Unternehmens sind ausschlaggebende Faktoren für den Erfolg eines Partners.

Marketing- und Vertriebsreichweite

Vergleichen Sie die Anbieter und deren Vertriebs- und Distributionsreichweite. Wichtig dabei: Strategien für den Eigenvertrieb des Hotels sowie die Zusammenarbeit mit Online-Buchungsportalen und Marketingpartnern.

Zielgruppen

Überprüfen Sie, welche Zielgruppen bearbeitet werden, ob diese deckungsgleich mit Ihren sind und wie mit den Zielgruppen kommuniziert wird.

Strategische Ausrichtung

Nach welchen Gesichtspunkten entscheidet der Anbieter über seine aktuelle und künftige Strategie und welche Kriterien beeinflussen die generelle Ausrichtung und Zielsetzung? Vergewissern Sie sich, dass Ihr Bedarf in den Strategieplänen angemessen berücksichtigt wird.

Weiterentwicklung und Aktualität

Hinterfragen Sie die Entwicklung des Unternehmens über die letzten Jahre und beurteilen Sie die Aktualität der strategischen Ausrichtung. Sind Marktveränderungen aufgenommen und berücksichtigt worden? Es ist zwingend notwendig, dass sich Ihr Dienstleistungspartner und seine Dienstleistungen fortwährend weiterentwickeln und den aktuellen Rahmenbedingungen angepasst werden.

Organisationsstruktur des Anbieters

Fragen Sie, wie das Unternehmen intern organisiert ist. Gibt es Verflechtungen mit anderen Firmen? Nehmen Sie als Partner an Entscheidungen teil und wie groß ist der Einfluss als einzelnes Hotel?

Servicedienstleistungen

Prüfen Sie: kostenfreie vs. kostenpflichtige Leistungen, Zeitpunkt der Leistungserbringung. Vergleichen Sie mit bisher individuell eingekauften Dienstleistungen.

Weiterbildung & Schulungsmaßnahmen

Hinterfragen Sie die Konzepte und prüfen Sie, welchen Stellenwert das Thema Weiterbildung bei dem Anbieter hat, zum Beispiel individuelle Förderung von Mitarbeitern, kostenfreie oder günstige Seminare etc.

Zusätzliche Angebote

Sind zusätzliche Leistungen verfügbar - beispielsweise Beratungsleistungen, Einkaufsmöglichkeiten, Konditionen bei Lieferanten und ähnliche Angebote?

Kosten

Überprüfen Sie das Verhältnis von Preis zu Leistung. Beachten Sie dabei alle Einzelheiten. Versuchen Sie, alle Kosteneinsparungen zu ermitteln, und berücksichtigen Sie die realistisch zu erwartende Umsatzsteigerung.

Qualitätskontrolle

Eine Kontrolle dient einerseits der Standardsicherung der gesamten Gruppe und zum anderen der Überprüfung des eigenen Angebotes mit der Möglichkeit zur Korrektur. Prüfen Sie daher verfügbare Möglichkeiten zur kontinuierlichen Messung und Bewertung.

Referenzen

Die Kontaktaufnahme zu bereits bestehenden Partnern des Anbieters ist empfehlenswert und bringt in jedem Falle Sicherheit.