

► **Niedersachsen**

## Individualisten im Visier

Neue Kooperation Viatoura-Hotels setzt auf Gästebewertungen / Grundlage der Vermarktung sind Online-Reiseführer

**BISPINGEN.** Rund 6000 Hotels in Deutschland sind vom DEHOGA mit 3 und 4 Hotelsternen klassifiziert. Davon haben etwa 600 eine Bewertung bei Holiday Check mit mindestens fünf Sonnen. Das ist die Zielgruppe, die Peter Reibold und Heiko Bockelmann mit ihrer neuen Kooperation Viatoura – Hotels in Deutschland ansprechen wollen. Während die DEHOGA-Sterne die Hardware eines Hotels demonstrieren, spiegeln die Sonnen von Holiday Check die Gästezufriedenheit wider. „Wir brauchen deshalb kein eigenes Bewertungssystem zu erfinden“, sagt Reibold.

### Stark in Ferienhotellerie

Im April sind die beiden Hoteliers aus Bispingen mit drei Häusern in ihrer Kooperation gestartet. Inzwischen sind sechs weitere Hoteliers dazu gestoßen. „Unsere Stärke ist die Ferienhotellerie“, sagt Reibold, der im Kirchweg das 3-Sterne-superior-Hotel Rieckmann mit 19 Zimmern und 2 Apartments betreibt. In diesem Jahr ist sein Haus als Holiday Check Top Hotel ausgezeichnet worden. „Wir haben von 100 Bewertungen nur eine negative erhalten“, sagt Reibold. Zufriedene Gäste werden von dem Hotelier und seinen Mitarbeitern ganz gezielt angesprochen, das Haus bei Holiday Check zu bewerten. Sollte ein Kooperationspartner mit seiner Bewertung bei Holiday Check unter fünf Sonnen sinken, habe er ein Jahr Zeit, das gute Niveau wieder zu erreichen. „Man muss bereit sein, sich darauf einzulassen“, fügt Reibold hinzu. Ihren Schwerpunkt wollen die Kooperationsgründer auf die Vermarktung der Viatoura-Hotels legen. Positive Erfahrungen haben Reibold und Bockelmann dabei mit ihren Online-Reiseführern über die Lüneburger



**Sind fachlich fit:** Peter Reibold (links) und Heiko Bockelmann haben mit Online-Reiseführern Erfahrungen im Internet-Marketing gesammelt  
Foto: Helmut Heigert

Heide und über ganz Deutschland gesammelt. Vor dem Start der ersten Online-Vermarktung litten die Hoteliers unter der kurzen Saison in der Lüneburger Heide. Vor allem im Winter herrschte früher in seinem Haus und dem 3-Sterne-Hotel Bockelmann mit 27 Zimmern und 3 Ferienwohnungen Flaute. Inzwischen ist die durchschnittliche Auslastung beider Häuser von 45 auf 70

Prozent gestiegen. Und die Rate für ein Doppelzimmer stieg von 65 Euro im Jahr 2002 auf 92 Euro im vorigen Jahr.

Grundlage der Vermarktung der Kooperationshotels sind die beiden Online-Reiseführer, die nach eigenen

Angaben pro Jahr mehr als 1,5 Mio. Besucherkontakte zählen. Bisher annonciert auf den Webseiten der Viatoura AG etwa 300 Hotels, die zum Teil aber anderen Hotelkooperationen angehören. „Diese Hoteliers wollen wir auch ansprechen“, sagt Bockelmann.

Für eine Grundausstattung bei der Aufnahme in die Hotelkooperation muss ein Hotelier 250 Euro bezahlen. Dafür wird unter anderem ein Webauftreten bei Viatoura mit einem Prospekt-Modul, Logos und Hinweisen zur neuen Corporate Identity eingerichtet. Außerdem wird im Rahmen eines Newsletters mit rund 15.000 Abonnenten das neue Partnerhotel vorgestellt. Als Onlinebuchungssystem verwenden die Viatoura-Hotels DIRS21, das über eine Channel Manager-Funktion verfügt. „Man braucht seine Daten nur noch in einem System pflegen“, sagt Bockelmann. Außer mit Holiday Check arbeitet Viatoura auch mit anderen Online-Buchungssystemen wie HRS oder kurz-mal-weg.de zusammen. „Wir unterstützen unsere Mitglieder bei allen Online-Marketing-Aktivitäten“, sagt Bockelmann.

### Neue Partner gewinnen

Die beiden Vorstandsmitglieder peilen als erste Etappe eine Teilnahme von 30 Hoteliers bei Viatoura an. Langfristig sollen bis zu 300 Hoteliers als Partner gewonnen werden. Eine Mindestanzahl von 30 Hotels ist nach Angaben von Bockelmann auch nötig, um mit großen Firmen wie BMW etwa bei der Bereitstellung von Mini Cabrios Kooperationen abschließen zu können. Außer gemeinsamen Packages wie Romantischen Tagen oder E-Bike-Erlebnissen sollen auch zielgruppenspezifische Angebote vermarktet werden. Allerdings soll die Teilnahme an solchen Marketingaktionen für die Kooperationspartner freiwillig sein. Nach Angaben von Bockelmann wird es bei Viatoura-Hotels soviel Kooperation wie nötig geben. „Und soviel Individualität wie möglich.“

Helmut Heigert

► [www.viatoura.de](http://www.viatoura.de)

► [www.lueneburger-heide-attraktionen.de](http://www.lueneburger-heide-attraktionen.de)