

KOMMENTAR

Lichtblicke

Finanzkrise ist das Wort des Jahres 2008. Eine Wahl, die zeigt, wie sehr sich die weltweite Wirtschaftsflaute mittlerweile in den Köpfen der Menschen festgesetzt hat. Kein Wunder, wird doch weiterhin täglich über die Krise und ihre Folgen geschrieben, gesendet, gesprochen. 2009, so der einhellige Tenor der Berichterstattung, wird ein geradezu grauenvolles Wirtschaftsjahr. Und so verwundert es nicht, dass auch die Erwartungen der meisten Manager in der deutschen Hotelindustrie an das gerade begonnene Jahr extrem bescheiden ausfallen, um es vorsichtig zu formulieren. Das gute daran ist: Sind die Erwartungen niedrig, kann die Enttäuschung über Rückgänge



Jens Riemann

nicht so groß sein. Im besten Fall wird 2009 gar nicht grauenvoll. Oder: Es wird grauenvoll, aber nur für kurze Zeit. Auch das ist ja möglich. Immerhin gibt es noch Unternehmen in der Branche, bei denen die Krise noch gar nicht angekommen ist. Wie die Welcome Hotels zum Beispiel, Schwestergesellschaft des Warsteiner-Konzerns. Deren Management sieht sich mit zwei Welten konfrontiert - den Unheil versprühenden Nachrichten und der Realität des eigenen Business. Das verläuft bisher beständig. Von Rückgang keine Spur. Krise, welche Krise, werden sie sich in Warstein wahrscheinlich so manches Mal fragen - und woanders hoffentlich auch.

ANZEIGE

Anzeige swisscom 50 mm hoch

ZWEI PERSONEN – EINE MEINUNG

Hoteleröffnung 2009: Befürchten Sie einen Fehlstart?

Marco Nussbaum, Managing Director prizeotel Management Group, Bremen



Wir freuen uns auf den Start des prizeotel am 14. Februar in Bremen und sind zuversichtlich. Ein Strategiewechsel oder Änderungen am Produkt wegen der derzeitigen Wirtschaftskrise sind nicht vorgesehen. Als Budget-Design-Hotel sehen wir für uns sogar Chancen. Es wird eine Reihe von Firmenkunden geben, die bisher Drei- und Vier-Sterne-

Häuser gebucht haben und jetzt aus Kostengründen auf niedrigere Preissegmente ausweichen. Das bedeutet: Wir begrüßen auch Gäste im Hotel, die normalerweise eher woanders übernachten würden. Gäste, die womöglich mit gewissen Vorbehalten in ein Budget-Hotel kommen. Wir sind aber überzeugt, sie von unserer Leistung überzeugen zu können. Zumal wir das Personal kurzfristig speziell auf diese Situation eingestellt haben.

Fabian Engels, General Manager Lindner Park-Hotel Hagenbeck, Hamburg



Einen Fehlstart für das Lindner Park-Hotel Hagenbeck aufgrund der aktuellen gesamtwirtschaftlichen Situation befürchte ich nicht. Das Haus hat als Tierpark-Themen Hotel eine absolute Alleinstellung am Markt. Wir können uns auf drei verschiedene Umsatzquellen verlassen: das Business mit Firmenkunden, das Geschäft mit Meetings

und Incentives sowie die Nachfrage von Individualreisenden und Familien. Aufgrund dieser Streuung ist das Risiko minimiert. Vor diesem Hintergrund haben wir die ursprünglich gesteckten Ziele auch nicht revidiert. Ich gehe nach wie vor davon aus, dass wir im ersten Jahr auf eine durchschnittliche Belegung von 64 bis 65 Prozent kommen. Und das, ohne Zugeständnisse bei der Rate machen zu müssen.