

# Mindestlohn bis Technik

**Kooperationen** Umbruch bei den Hotelkooperationen: Junge Mitglieder bringen frischen Wind – mit neuen Ideen und Vorschlägen.



**Im Gespräch:** (von oben links im Uhrzeigersinn) Michael Albert und André Schulz, Susanne Weiss, Hans-Joachim Stöver und Daniel Reuner, Marcus Klar sowie Ralf Hummel  
Fotos: Brit Glocke

ein Stichwort für 2015. „Wir fangen jetzt mit den mobilen Websites für die einzelnen Hotels an“, so Hummel. Auch ein neues Intranet sei seit Januar installiert. „Hierüber wollen wir künftig mehr Information für die Hoteliers abbilden.“

standschef der Flair Hotels. Das Thema Nachhaltigkeit spielt in seinen Plänen eine große Rolle: „Ich will, dass die Mitglieder ihre Sinne für die Thematik schärfen, sich mit Blockheizkraftwerk oder LED auseinandersetzen.“ Aber

glieder seien dabei zugleich die größte Herausforderung: 67 Häuser gehören derzeit zu Flair Hotels, im März 2014 waren es noch 82. Sein Vorgänger habe ein teures Kundenbindungsprogramm lanciert, so Stöver. „Viele Mitglieder

Den Status quo gehalten hat Top International mit seinen nach wie vor 400 Mitgliedern (2014: 400). „Was geht, kommt wieder rein“, konstatiert COO Marcus Klar, der zugleich mehr Anfragen von Franchise-Hotels registriert. Seit Jahresanfang verzeichnet er bereits 15 Neuzugänge und ein Umsatzplus von 20 Prozent.

Auf der Agenda ganz oben stehen für ihn die Distributionskosten: „Das Thema wird komplexer, man muss die Kosten genauer kontrollieren“, so Klar. „Zudem ist der Mice-Markt voll im Umbruch – von Off- zu Online.“ Ein weiteres Thema, das Top International angehen will, sind jahresübergreifende Vorausbuchungszeiten. „Es ist technisch möglich, 365 Tage im Voraus zu buchen“, sagt Klar. „Das ist vor allem im Messebereich ein Thema.“

Eine positive Bilanz für 2014 zieht die Kooperation Familotel. Den Angaben von Vorstand Michael Albert zufolge lag der Umsatz bei 127,3 Mio. Euro (+8,3%). Die Auslastung lag demnach bei 68,8 Prozent, ein hauchdünnes Plus gegenüber dem Vorjahr. Zur Kooperation gehören 54 meist inhabergeführte Mitgliedshotel der 3- und 4-Sterne-Kategorie (2014: 58), davon 29 in Deutschland.

Anlässlich der ITB kündigte Marketing-Direktor André Schulz zudem neue Offerten für die Mitglieder an. „Wir wollen ein integrierter Dienstleister für die familienorientierte Hotellerie sein“, so Schulz. Demnach

Neuer Markenkern, neue Website – mit diesen News hat die Kooperation Ringhotels zur ITB aufgewartet. Positioniert werden die derzeit 133 Mitgliedshäuser (2014: 130) damit künftig unter dem Marken-Claim „Echt Heimatgenuss erleben“. Die neue Website zeigt bereits, in welche Richtung es künftig gehen soll – „jünger, frischer, unverstaubter“ wolle man auftreten, so der Geschäftsführende Vorstand Susanne Weiss. Das Website-Layout ist aufgeräumter, die Bildsprache hochwertiger. Im Hintergrund läuft zudem ein neues Intranet, das Hoteliers und Zentrale in München flexibler agieren lässt.

Die Ringhotels-Bilanz für 2014: 18 Mio. Umsatzvolumen, dazu ein Rentenzuwachs von 10 Prozent (110,98 Euro). 70 Prozent der Häuser liegen im 4-Sterne-, 30 Prozent im 3-Sterne-Segment. Im Osten sei man jedoch nicht nur unterrepräsentiert, sondern verliere auch Häuser, berichtet Weiss: „Drei Mitglieder haben uns zum Jahresende wegen der Mindestlohnproblematik gekündigt.“ Sechs neue Mitglieder sind indes in diesem Jahr hinzugekommen, fünf Aspiranten in der Pipeline.

Zuwächse verzeichnet auch die Kooperation Akzent Hotels mit derzeit 91 Häusern (2014: 87). „Der Mindestlohn ist ein Thema, bei dem etwas passieren muss“, sagt Geschäftsführer Ralf Hummel, der vor allem die beschränkenden Arbeitszeiten für Aushilfen als Problem nennt. „Ich finde es krass, dass der Staat festlegt, wie lange man